

## **Desafios da Comunicação Cultural**

**Vitor Bruno Gomes Dias Velosa Pereira**

**Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação –  
Especialização em Comunicação e Artes**

**Novembro, 2015**

## **Desafios da Comunicação Cultural**

**Vitor Bruno Gomes Dias Velosa Pereira**

**Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação –  
Especialização em Comunicação e Artes**

**Novembro, 2015**

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários  
à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação realizado sob a  
orientação científica de Carla Baptista

.

## **AGRADECIMENTOS**

A elaboração deste relatório só foi possível devido à participação de várias pessoas. Este pequeno parágrafo é dedicado a elas. Agradeço ao Dr. Filipe Folhadela pela oportunidade de poder estagiar na Culturgest e por tudo o que aprendi ao longo daquelas semanas. Agradeço à Professora Carla Baptista pelas suas sugestões certeiras e paciência sem fim. Agradeço ainda a todos os meus entrevistados pela contribuição decisiva a este trabalho. Por fim, quero agradecer igualmente a todo o staff que compõe a Culturgest pela forma como me fizeram sentir em casa desde o primeiro dia de estágio.

# **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

## **DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO CULTURAL**

**VITOR BRUNO PEREIRA**

**Resumo:** O presente relatório de estágio tem como propósito expor o trabalho desenvolvido a partir na Culturgest, no âmbito de um estágio curricular de três meses, no último semestre do Mestrado em Ciências da Comunicação – especialização em Comunicação e Artes. Numa época em que o jornalismo está a passar por diversas transformações, é fundamental tentar compreender como é que este se insere na sociedade actual e se tem adaptado aos diferentes contextos, nomeadamente tecnológicos, sociais e económicos. A vertente jornalística em análise é o jornalismo cultural, uma área cujos contornos são bastante distintos de publicação para publicação. Começando por compreender a evolução do conceito de cultura, e as suas mutações ao longo dos tempos, estudar-se-á de que forma é que o jornalismo cultural evoluiu com estas transformações. A experiência de estágio no Gabinete de Comunicação da Culturgest é a base para a reflexão sobre a importância dos materiais disponibilizados pelos assessores de imprensa, como o *press-release* e os textos de apoio, no trabalho dos jornalistas. Numa época em que o jornalismo cultural se foca cada vez mais na sua vertente de divulgação, o lugar para a crítica tem vindo a diminuir de forma progressiva. Esta realidade, aliada à proliferação de blogues e páginas pessoais de opinião e crítica online, também é abordada neste relatório. O enquadramento teórico presente neste trabalho será fundamentado ainda com base em entrevistas a críticos, jornalistas, teóricos e assessores de imprensa.

**Abstract:** The present paper aims to expose the work developed during a curricular internship at Culturgest, on the last semester of a Master's Degree in Communication Sciences – Specialization in Communication and Arts. In a time when journalism is going through several transformations, it becomes fundamental to try to understand how it adapts to today's society and its different technological, social and economical contexts. The genre focused here is cultural journalism, a genre whose boundaries greatly differ from case study to case study, and the goal is to understand how it has changed in the past few decades. Beginning by studying the changes in the concept of culture throughout time, the goal is to comprehend the evolution of cultural journalism. The internship at Culturgest is the foundation for the reflection upon the importance, for journalists, of the materials made available by the institution's press office. In a time when cultural journalism increasingly focuses on entertainment, the place for criticism has been declining gradually. This reality, coupled with the proliferation of blogs, is also addressed in this report. The theoretical framework present in this work is based on the interviews I conducted with journalists, scholars and publicists.

**PALAVRAS-CHAVE:** Culturgest, Comunicação, Cultura, Crítica de artes, Média, Jornalismo.

**KEYWORDS:** Culturgest, Communication, Culture, Art criticism, Media, Journalism.

## ÍNDICE

Introdução.....	1
Capítulo I: Enquadramento Teórico e Metodológico.....	3
I. 1.    Cultura e Jornalismo Cultural .....	3
I. 2.    O Jornalismo Cultural Português Contemporâneo .....	6
I. 3.    A Crítica de Artes .....	7
I.4.    Jornalismo Online.....	11
Capítulo II: O Estágio na Culturgest .....	14
II. 1.    A Culturgest .....	14
II. 2.    O Estágio. ....	15
II.3.    A Culturgest nas Redes Sociais .....	19
Capítulo III: Estudo de Caso : A Festa do Cinema Romeno .....	22
III. 1.    Estudo de Caso : A Festa do Cinema Romeno .....	23
III. 2.    Análise de Noticias Sobre a Festa do Cinema Romeno. ....	23
III. 3.    Relação Entre o Jornalista e o Gabinete de Comunicação .....	27
III. 4.    A Comunicação da Festa do Cinema Romeno: Entrevista.....	28
Conclusão .....	32
Bibliografia.....	34
Referências Online .....	35
Índice Anexos.....	36

## Introdução

Este relatório foi feito na sequência de um estágio<sup>1</sup> curricular no Gabinete de Comunicação da Culturgest. A oportunidade de estagiar numa instituição como a Culturgest permitiu conciliar o relatório com o objectivo teórico que vinha a desenvolver ao longo do mestrado: uma análise sobre as mudanças que as novas tecnologias vieram trazer à forma como o jornalismo e o seu público abordam a comunicação cultural. Estes temas aliam o programa do meu mestrado, em Ciências da Comunicação - Comunicação e Artes, com o meu *background* em Comunicação e Jornalismo. A ideia de trabalhar na assessoria de imprensa de uma instituição com uma ligação tão próxima às artes e à cultura tinha surgido depois de ter estagiado na secção de Cultura do jornal *Público*<sup>2</sup>. O meu objectivo com este relatório sublinhar as mudanças que os *media* atravessam e a forma como os agentes culturais lidam com elas. Sendo assim, dividi o texto em três capítulos.

O primeiro capítulo do relatório é dedicado à contextualização dos temas abordados. Uma vez que o assunto a tratar passa por compreender e definir o funcionamento e função da comunicação cultural actual, começo por definir cultura, comunicação e espaço público. Esta última noção sofreu mutações na era digital em que vivemos, e essas mutações são essenciais para compreendermos o funcionamento não só da comunicação cultural como da comunicação em si. De seguida, e ainda no mesmo capítulo, reflecto sobre o jornalismo cultural português e os desafios que enfrenta actualmente, num período de recessão financeira e de transição no jornalismo. Foco-me ainda nos novos *media* e na forma como vieram revolucionar a forma como compreendemos a comunicação. Exponho os desafios, oponho os *media* tradicionais, com um foco especial na imprensa escrita, com a imprensa online. Questiono ainda a posição do crítico enquanto último bastião do jornalismo cultural e tento compreender o que é que os novos *media*, e a mudança na dinâmica emissor-receptor de informação que a internet veio trazer, fizeram a esse cargo.

A Culturgest e o estágio em si são o foco do segundo capítulo. Nele descrevo não só o funcionamento da instituição, e a forma como o Gabinete de Comunicação desempenha um papel fundamental no bom funcionamento da mesma, como o dia-a-dia do estágio. A ideia

---

<sup>1</sup> O estágio começou em Setembro de 2014 e terminou em Janeiro de 2015.

<sup>2</sup> Este estágio, que durou de Setembro de 2010 a Fevereiro de 2011, foi dividido entre a secção de Cultura do jornal e o Ípsilon, o suplemento cultural semanal dedicado às artes e cultura.

deste capítulo é mostrar não só o que foi feito durante o estágio mas também o que aprendi ao longo destes três meses. Dedico ainda parte do capítulo às estratégias de comunicação usadas no Gabinete de Comunicação da Culturgest e à forma como estas tiveram que se actualizar nos últimos anos, especialmente com o advento das redes sociais.

O terceiro e último capítulo é dedicado à análise do *clipping*<sup>3</sup> de um evento que se realizou na Culturgest, a Festa do Cinema Romeno<sup>4</sup>. Organizado em parceria pelo IndieLisboa<sup>5</sup>, este ciclo tinha como objectivo mostrar a nova geração de cineastas romenos<sup>6</sup> que começam a aparecer no panorama cinematográfico internacional e que dificilmente chegariam às nossas salas. A análise da cobertura jornalística foi feita tendo em conta vários factores, como o género da peça em questão e o meio em que foi difundida. Comparo ainda os *press-releases* enviados pelo Gabinete de Comunicação da Culturgest a promover a Festa com o conteúdo aproveitado para a elaboração das peças jornalísticas em si. Para complementar esta informação entrevistei críticos e jornalistas ligados à área da cultura, para além da responsável pela Comunicação do IndieLisboa.

---

<sup>3</sup> Inglês para caderno de imprensa.

<sup>4</sup> A Festa realizou-se de 19 a 23 de Novembro, na Culturgest.

<sup>5</sup> IndieLisboa - Associação Cultural. O evento foi organizado em parceria com o Instituto Cultural Romeno.

<sup>6</sup> O foco desta Festa foi na geração que se seguiu à mais consagrada de toda a história do cinema romeno, a geração de Cristi Puiu, Corneliu Porumboiu, Cristian Mungiu, etc.



## Capítulo I - Enquadramento Teórico e Metodológico

O primeiro capítulo deste relatório está dividido em quatro subcapítulos. Começo por definir a evolução da ideia de cultura, desde a noção antropológica de Edward B. Tylor até às indústrias culturais teorizadas mais tarde por Adorno. Relaciono depois esta transformação da noção de cultura com o jornalismo cultural. O segundo subcapítulo foca-se no jornalismo cultural em Portugal, desde os seus primeiros dias até à actualidade. Neste subcapítulo analiso a forma como as diferentes publicações entendem os limites do jornalismo cultural, das mais clássicas às mais abrangentes. No terceiro subcapítulo questiono que papel pode ter o crítico de artes, uma vez que a crítica, outrora uma das vertentes essenciais do jornalismo cultural, tem visto o seu espaço a diminuir de forma progressiva. Para compreender melhor os temas em análise, oponho a pesquisa que efectuei às entrevistas que conduzi. A isto junto ainda a experiência de estágio e as interações com jornalistas e agentes culturais, que tratarei mais detalhadamente no próximo capítulo. No quarto e último subcapítulo falo sobre o jornalismo online e sobre como a Internet veio mudar a forma de funcionamento dos *media*. Neste quarto subcapítulo estudo ainda a forma como o online veio mudar a forma como o público se relaciona com a informação, com o aparecimento de conceitos como o hipertexto e a hiperligação.

### I.1 - Cultura e Jornalismo Cultural

Uma definição bastante consensual para jornalismo cultural é definida por Jorge Rivera em *Periodismo Cultural* (2003:19) como “uma zona muito complexa e heterogénea de meios, géneros e produtos que abordam com objectivos criativos, reprodutivos e informativos os terrenos das belas-artes, as ‘belas-letras’, as correntes de pensamento, as ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspectos que têm a ver com produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar a sua origem e o seu destino”. Na última década, resultado da proliferação dos blogues pessoais e vídeoblogues, acrescento à definição de jornalismo cultural as categorias de *lifestyle* e consumo. Assim, para reflectir sobre o estado do jornalismo cultural actual é preciso ter em conta as mudanças que a própria ideia de cultura sofreu ao longo dos tempos. A dificuldade em definir cultura não é recente - em 1952 os antropólogos norte-americanos Kroeber e Kluckhohn analisaram as diferentes definições de cultura e acabaram por compilar 164 definições distintas (1952:38-40). Torna-

se obrigatório entender a cultura não como um conceito estanque, mas sim algo capaz de se adaptar aos tempos e aos contextos, e, conseqüentemente, às suas necessidades.

Desde a antiguidade grega que a cultura era entendida unicamente como resultado de expressão artística, sendo a primeira noção antropológica de cultura apenas introduzida muito mais tarde, já no século XIX, por Edward B. Tylor: “culture or civilization, taken in its wide ethnographic sense, is that complex whole, which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society” (Tylor,1920:1). Assim o conceito de cultura passa a abarcar um conjunto de construções sociais e significados, ou seja, um conjunto de valores, ideias e crenças. Citando David Inglis, “No human society can exist without the people within it having certain ideas, values, norms, beliefs and ways of thinking. Another way of saying that is that every society is in part made up of, runs on the basis of and requires ‘culture’.” (2005:3). É possível ligar esta definição de David Inglis, mais próxima da sociologia, com as três dimensões da cultura teorizadas por Raymond Williams (1980) sendo a definição de “lived culture”, um dos três níveis de cultura que o autor argumenta, a que mais se aproxima desta.

Em relação ao jornalismo cultural, a definição de Raymond Williams que mais se aproxima do que precisamos neste contexto é a definição de “recorded culture”, uma definição que abrange todos os registos que mostram o modo como as pessoas pensavam numa determinada altura e num determinado lugar. Relacionando esta teoria com o jornalismo cultural, ou seja, com a produção cultural, podemos dizer que a ideia de “recorded culture” é válida para todos os tipos de documentos e não apenas para a arte. Ou seja, esta definição não exclui os anúncios, os jornais, filmes e todo o tipo de documentos e registos, desde os mais pessoais até os mais oficiais. De acordo com esta “recorded culture” de Raymond Williams, podemos concluir que cultura é assim um conjunto de objectos e textos e experiências criativas vividas pelos indivíduos de determinado tempo e lugar. Os objectos e textos podem ter, ou não, origem na produção artística, indústrias culturais, ou podem ser simplesmente manifestações de determinado quotidiano. A cultura começava a ganhar outras leituras, mais populares. O termo cultura passa assim a ser compreendido como um conceito oriundo de estudos sociais, em vez de estar ligado unicamente à sua vertente intelectual. Olhar para a cultura enquanto expressão da vida social teve o seu expoente já no século XX, com as indústrias culturais teorizadas por Adorno e Horkheimer em *A Dialéctica do Esclarecimento*. Este termo, que é a base de todo um capítulo da obra, chamado “A Indústria Cultural: O Esclarecimento Como Mistificação das Massas”, define que a produção artística e

cultural funciona segundo as regras das relações capitalistas de produção industrial. Segundo Adorno e Horkheimer, os produtos resultantes desta indústria fariam parte de uma lógica de homogeneização dos indivíduos e consequentemente da cultura em si: “os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los abertamente. Cada qual é um modelo da gigantesca maquinaria económica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso, que tanto se assemelha ao trabalho. É possível depreender de qualquer filme sonoro, de qualquer emissão de rádio, o impacto que não se poderia atribuir a nenhum deles isoladamente, mas só a todos em conjunto na sociedade. Inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo.” (1947:60). Citando agora Denys Cuche, “a produção tende a suplantiar a criação”. (1999:157).

Segundo Basso, o jornalismo cultural desenvolveu-se “a partir da ideia da produção voltada para a cultura erudita, tendendo a mostrar a cultura como algo “superior”, sofisticado e formal, operando a “estética burguesa”, com repertórios restritos, destinados a uma minoria de conhecedores” (2006:7). Esta visão, que a autora acrescenta no mesmo texto, “tem-se ajustado ao longo do tempo a um espectro mais variado”, tendendo a superar o “prisma da dicotomia entre os campos da produção simbólica; de elite e de massa, ou ainda, erudita e popular”.

O jornalismo cultural foi sofrendo mudanças ao mesmo tempo que a ideia de cultura foi mudando. Mais recentemente, a partir dos anos 80, e já com a revolução digital em marcha, a vertente mais crítica<sup>7</sup> do jornalismo cultural foi tendo menos destaque, ao contrário da função de agenda (o jornalismo de divulgação de que Dora Santos Silva fala em “Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal”), o que para alguns teóricos não é sinal de declínio: “cultural journalism is not in decline. Rather it has quite naturally expanded and developed the focus, interpretation and presentation of culture in line with a changing culture and consumer industry and an increasingly competitive and professionalized media landscape” (Kristensen,2010:69).

A mudança da lógica no que entendemos como cultura veio aumentar bastante os limites do que podemos considerar jornalismo cultural. Citando o ensaio “Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal”, de Dora Santos Silva, “começou por ser o cinema, depois

---

<sup>7</sup> Desenvolvo de forma mais profunda esta questão no ponto 1.3 do relatório.

a música popular. Seguiram-se a gastronomia, a televisão e a moda; actualmente, qualquer edição inclui o design e a arquitectura. Há uma mudança na própria definição de cultura utilizada no jornalismo, mais próxima da vertente antropológica e afastada da concepção aristocrática. No entanto, esta visão está ainda muito fragmentada” (2009:09). Nunca houve tantas visões diferentes do jornalismo cultural.

## **I.2- O Jornalismo Cultural Português Contemporâneo**

Era impossível pensar a comunicação e a cultura em Portugal sem olhar para trás e ver a evolução da mesma, desde a sua génese. Ainda que “falar de jornalismo cultural em Portugal começa pela constatação da enorme falta de estudos e dados sobre o assunto” (Carmo, 2006).

Segundo Teresa Maia e Carmo, a primeira referência a uma publicação de carácter cultural em Portugal é a *Gazeta Literária* ou *Notícias Exactas dos Principais Escritos Modernos*, editada no Porto em 1761. Nos séculos XIX e XX assistimos a uma “efémera mas significativa” criação de revistas de cultura e pensamento, ainda segundo o mesmo artigo da autora. Mais tarde, já durante o período da ditadura” floresceram tertúlias, cineclubes e movimentos literários cuidadosamente veiculados em publicações que marcaram gerações como *O Tempo e o Modo* ou a *Vértice*”. Ainda assim, Carmo afirma que foi no pós 25 de Abril que apareceram verdadeiramente as indústrias culturais em Portugal.

Actualmente, o espaço dedicado à cultura tem diminuído de forma regular. O jornalismo cultural tem cada vez menos espaço (e a crítica, uma das vertentes originais deste género de jornalismo, ainda menos, como mostrarei mais à frente). Assim, a diversidade de suplementos dedicados exclusivamente à cultura foi maior do que aquela que vivemos hoje.

Um dos resistentes é o *Ípsilon*, suplemento cultural semanal do jornal *Público*, que é publicado todas as sextas e dá destaque maioritariamente à literatura, o cinema, a música e concertos, teatro e ocasionalmente à dança, arquitectura e design. Actualmente o *Diário de Notícias* já não tem um suplemento inteiramente dedicado às artes, apesar de publicar diariamente notícias relacionadas com arte e cultura. Ainda são publicadas críticas regularmente, especialmente de literatura, cinema e música.

Nas revistas, o destaque vai para a *Time Out*, que dedica parte das suas edições à cultura, ainda que misturada com lazer, *lifestyle* e entretenimento. A revista aponta a um público diferente dos jornais generalistas e a sua linguagem é bastante mais informal como consequência disso. No que toca aos semanários, o *Sol* e o *Expresso* têm abordagens bastante

diferentes. Enquanto o primeiro, através do suplemento *Tabu*, aposta mais no lazer e no *lifestyle*, o *Expresso*, com o suplemento *E*, o antigo *Actual*, aposta forte na cultura em várias vertentes: cinema, música, teatro, etc.

Por outro lado, as revistas especializadas já viveram melhores dias. Usando como exemplo a revista *Blitz*, a informação é cada vez mais feita à base de *fait-divers* e curiosidades, e ainda que as críticas e entrevistas que caracterizam a revista continuem presentes, o conteúdo é cada vez o culto de celebridades da música, e curiosamente sempre as mesmas. No cinema, com o encerramento da revista *Empire* em Julho de 2014, o público português ficou sem nenhuma publicação regular dedicada ao cinema. É de destacar que em 2011 Portugal chegou a ter quatro publicações exclusivamente sobre cinema nas bancas todos os meses. Falo da *Premiere*, *Total Film*, *Magazine HD*, para além da *Empire*. O cenário mudou bastante em apenas quatro anos.

Nas chamadas *newsmagazines*, tanto a *Visão* como a *Sábado* têm dedicado algum espaço à cultura, dividindo a ênfase entre o *lifestyle* e a cultura urbana, as artes e até viagens e gastronomia. Os jornais *Correio da Manhã* e *Jornal de Notícias*, de carácter mais popular, focam a sua cobertura cultural em celebridades e lazer. Ainda assim, a edição da cidade do Porto do *Jornal de Notícias* tem uma abordagem diferente, dando até espaço aos eventos da Culturgest Porto, o que acontece muito raramente na edição sedeada em Lisboa.

Com uma abordagem muito clássica continua o *Jornal de Letras, Artes e Ideias*, a única publicação portuguesa dedicada à cultura que permanece praticamente inalterada e não cede às “pressões” do *lifestyle* e lazer.

Perante esta pequena análise, é fácil constatar que o jornalismo cultural português oscila entre uma visão massificada da cultura, presa ao culto das celebridades e à divulgação e listagem de agenda de eventos, e outra visão mais clássica e elitista da cultura.

Com o jornalismo cultural a tender para uma abordagem mais de agenda e informativa, o crítico de artes vê o seu espaço reduzir-se substancialmente. O ponto seguinte do relatório debruça-se sobre a crítica e a forma como o seu espaço tem vindo a diminuir.

### **I.3- A Crítica de Artes**

Como referi anteriormente, é seguro dizer que ao longo das últimas duas décadas o espaço dedicado à cultura nos *media* diminuiu de forma bastante significativa. Olhando exclusivamente para a imprensa escrita, o meio onde me foco ao longo de todo o relatório, o espaço dedicado à cultura diminuiu bastante e o espaço dedicado à crítica de artes quase

desapareceu por completo. Infelizmente, este processo de desaparecimento da crítica ainda foi muito pouco estudado (e no caso concreto de Portugal, ainda menos), por isso decidi entrevistar<sup>8</sup> alguns críticos e cruzar as suas impressões com as minhas descobertas.

Sempre entre a resignação e o pessimismo, o ensaio “What Happened to Art Criticism?”, do crítico e historiador de arte norte-americano James Elkins, é um bom ponto de partida para percebermos o que fez com que a crítica fosse perdendo alguma da sua preponderância. Publicado em 2004, numa altura em que a exploração de nichos na blogosfera ainda não tinha atingido o nível que veríamos poucos anos mais tarde, com as *webzines* de cinema e música e os blogues de crítica literária a multiplicarem-se de forma quase exponencial, o ensaio traça um retrato bastante duro das últimas décadas de crítica de artes. O que se passa, segundo Elkins, é que “in the last three or four decades, critics have begun to avoid judgments altogether, preferring to describe or evoke the art rather than say that they think of it. In 2002, a survey conducted by the Columbia University National Arts Journalism Program found that judging art is the least popular goal among american art critics, and simply describing art is the most popular: it is an amazing reversal, as astonishing as if physicists had declared they would no longer try to understand the universe, but just appreciate it”(2004:10). Não deixa de ser curioso que o jornalismo cultural se aproxime cada vez mais de uma tentativa de visão objectiva do objecto (ou seja, a descrição e a listagem), quando noutras áreas, como na política e economia, os meios de comunicação estão cheios de comentadores, com as suas respectivas subjectividades. Não interessa, para o objectivo do meu trabalho, olhar para a história da crítica de uma forma cronológica, por isso escolhi focar-me numa única questão: como explicar a recente crise da crítica? Parece óbvio que esta crise não pode deixar de estar relacionada com as transformações no jornalismo cultural que tenho vindo a explicar. Também não é possível retirar da equação os novos *media* e a forma como a internet veio possibilitar que cada um produza informação e opinião, e assim, mais ou menos fundamentadas, críticas.

Na dissertação “O Gosto dos Outros”, Rodrigo Carreiro chama à atenção para a “padronização das narrativas produzidas pelos críticos” como o motivo fundamental para a tal crise, que segundo ele, não é recente: “não se trata de uma situação isolável no tempo e no espaço, porque obedece a uma lógica cultural que remonta há décadas; é mais um estágio avançado de uma cadeia histórica de constituição da sociedade contemporânea. A crítica não

---

<sup>8</sup> As versões integrais das entrevistas estão nos anexos XI, XII, XIII e XIV.

está em crise há poucos anos.” (2003:167). O autor vai mais longe e, na mesma página, chega a considerar que “é o exercício da própria crítica que está “fora de moda””.

Para aprofundar este assunto entrevistei alguns críticos e teóricos de crítica de artes, entre eles o próprio Rodrigo Carreiro<sup>9</sup>. Quando questionado sobre desde quando é que a crítica está “fora de moda”, Carreiro acredita que a resposta tem mais de 100 anos. “A pesquisa para minha dissertação tinha como objetivo investigar o papel da Internet nas mudanças enfrentadas pela crítica, vista pelo menos desde o começo dos anos 2000 como um setor em crise no jornalismo. Mas, à medida que lia e pesquisava mais e mais sobre o assunto, comecei a me dar conta de que a crise da crítica, na verdade, era muito mais antiga. Na minha opinião, é possível rastrear o ovo da serpente (os primeiros sinais de crise) a partir do surgimento dos tablóides sensacionalistas, no final do século XIX. Porque, até então, a crítica era basicamente o modelo principal de jornalismo. Essa época viu os primórdios da imprensa *marrom*, e os jornalistas insatisfeitos com esse tipo de jornalismo sensacionalista acabaram gerando, já no século XX, um modelo de jornalismo de serviço, mais neutro, sem opinião, baseado num relato pretensamente objetivo. Encurralada entre esses dois modelos de jornalismo, a crítica foi sendo empurrada para ocupar cada vez menos espaço dentro dos jornais, revistas e da mídia eletrônica. Eu diria que essa crise da crítica se tornou mais aguda a partir dos anos 1960, e explodiu nos anos 1980. Dito isso, acredito que as características tecnológicas da Internet proporcionaram um espaço discursivo interessante para o florescimento de uma nova crítica, menos baseada na imprensa e mais na blogosfera e nas redes sociais. Então hoje, em termos de imprensa clássica, a crítica realmente está segregada a um espaço limitado e pouco importante. Mas ela sobrevive na academia e na Internet.”

Segundo Terry Eagleton, para a crítica voltar a ter relevância, “precisa de resgatar a sua função original” (1991). Assim, se a crítica moderna nasceu no século XVIII a partir da luta contra um estado absolutista, a crítica actual, pós-moderna, precisa, para renascer hoje, lutar contra uma lógica cultural igualmente absolutista. Citando novamente Carreiro, “se a crítica nasceu da ascensão de uma esfera pública, precisa agora revitalizar a fazer emergir uma nova esfera pública, virtual e global, sem barreiras de tempo e espaço” (2003:169). Numa frase, a crítica pode resistir na Internet. Carlos Natálio<sup>10</sup>, outro dos meus entrevistados, académico na área do cinema e crítico do site À Pala de Walsh<sup>11</sup>, concorda. “O digital

---

<sup>9</sup> Anexo XI.

<sup>10</sup> Anexo XII.

<sup>11</sup> <http://www.apaladewalsh.com/>

permite a existência da crítica como nicho. Enquanto não se encontrar para a crítica um sistema semelhante ao das artes subsidiadas (que deveria estar além da noção de lucro) ele não poderá existir nos *media* tradicionais mesmo na sua versão digital. Ela vai sobrevivendo nesta lógica dos blogues, dos amadores que resistem à dimensão comercial. Poderão elas sobreviver sem os seus membros serem pagos? Se calhar sim, mas de forma pontual e cíclica, consoante a boa vontade das pessoas... Por outro lado, a crítica de cinema, ela própria vive várias mutações. Por um lado, ela assiste a uma compressão do seu conteúdo. Por exemplo as críticas, impressões, no facebook // twitter, algumas, friso algumas, tentam manter um certo grau de profundidade em poucos caracteres. Em muitos casos, mesmo neste *short format* elas conseguem fazer mais o trabalho que fazia a “crítica tradicional” do que os longos trabalhos de jornalismo cultural nos *media mainstream*, muitas vezes, textos de carácter descritivo e promocional... Por outro lado, a crítica também muda de suporte lentamente, no caso do cinema. São os casos dos ensaios audiovisuais onde se produz pensamento sobre as imagens, com o trabalho directo sobre elas, sobre a sua materialidade”.

Rodrigo Carreiro concorda que a internet pode ter um papel importante no futuro da crítica de artes. Para o autor, “o lugar mais adequado para a crítica cultural séria, hoje, é o ciberespaço. De facto, acredito que a melhor crítica existente na atualidade provavelmente está espalhada em blogs e websites mantidos por pesquisadores diletantes, muitos deles amadores, pessoas profundamente apaixonadas pela crítica, que a encaram seriamente e a praticamente sem encará-la como uma atividade necessariamente lucrativa. De minha parte, posso dizer que a crítica jornalística não me interessa mais. Os textos que se pode ler nesses meios, e que levam o nome de “crítica”, são tão semelhantes que parecem ter sido escritos pela mesma pessoa. Felizmente, há uma quantidade expressiva de blogs, de fóruns e grupos encontráveis em redes sociais, e também de publicações académicas (que, com a Internet, puderam ganhar muito mais circulação), que mantêm viva a função de resistência social da crítica. O ponto negativo disso tudo é a falta de visibilidade real, pois é difícil que pessoas interessadas saibam exatamente onde procurar para encontrar essa boa crítica - a Internet é um oceano vasto demais”.

Mário Lopes<sup>12</sup>, crítico do jornal *Público*, também acredita que a crítica “resistirá” e essa resistência passa pelo online. “O espaço é mais reduzido e a ditadura do imediato parece não a favorecer, mas, da mesma forma que subsistem e crescem alternativas à lógica do texto curto ou do vídeo de título criado para coleccionar cliques, privilegiando trabalhos de fundo e

---

<sup>12</sup> Anexo XIII



um outro tempo de leitura, também me parece óbvio que a crítica, tal como entendemos até aqui, continuará a ser necessária e desejada. Terá é que aprender a conviver e a adaptar-se à nova realidade que existe hoje à sua volta”. Eurico de Barros<sup>13</sup>, crítico da *TimeOut Lisboa* e do jornal online *Observador*, acha que a crítica sobreviverá na Internet “desde que seja feita seguindo os mesmos princípios praticados nos *media* tradicionais, e não se transforme num exercício de futilidades, de divulgação de “factóides”, de “marketing” escondido com rabo de fora ou de plataforma para manifestação de fãs.”

Encerro este capítulo regressando a Rivera e ao ano de 1995: “o jornalismo cultural tem proporcionado actualmente dois formatos de crítica literária: o ensaio crítico de certa extensão e a resenha bibliográfica. Ao primeiro exige-se uma maior capacidade interpretativa e valorativa, enquanto que, ao segundo, pede-se somente uma ideia sucinta do conteúdo e das principais ideias ou teses sustentadas, com algum juízo breve sobre o seu valor, originalidade, etc. (Rivera, 2003:117) ”. Dir-se-ia que vinte anos depois o cenário é outro: há muitas “resenhas” e poucos “ensaios”.

## **I.4 - Jornalismo Online**

O jornalismo e a comunicação não são alheios aos avanços tecnológicos, tendo que se adaptar e evoluir quando aparecem novas formas de comunicar. O formato actual da Internet tal como a conhecemos surge no começo dos anos 90, altura em que começa a exploração comercial da rede, nos Estados Unidos. Actualmente a Internet tem mais de 3 mil milhões de utilizadores, o que equivale a cerca de 40% da população mundial<sup>14</sup>. A presença crescente da Internet à nossa volta veio alterar o tipo de relações entre as pessoas e tudo o que às rodeia, criando uma nova leitura da “aldeia global” de Marshall McLuhan. A ideia da Internet enquanto espaço público capaz de conectar tudo e todos é descrita em *The Internet as Public Space: Concepts, Issues, and Implications in Public Policy*, de Camp & Chien: “The role of Internet as a public space for every citizen (as opposed to purely for professionals, for example) is being shaped by two seemingly contradictory characteristics: Internet is both ubiquitous and personal. Cyberspace, unlike the traditional media types (broadcast, common carrier, publishing, distribution) and traditional public spaces in the physical world (Boston Common, the Logan Airport, city library, train station, etc.) enables the citizenry to find new

---

<sup>13</sup> Anexo XIV

<sup>14</sup> De acordo com o “Measuring the Information Society Report”, um estudo de 2014 : [http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014\\_without\\_Annex\\_4.pdf](http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf)

ways to interact economically, politically, and socially. This universal connectivity of the Internet is its potential for everyone and in everywhere. “ (2000:1)

As transformações trazidas pela Internet estendem-se à forma como entendemos o jornalismo e a sua relação com o leitor/espectador/ouvinte. No texto “10 Paradigms of Media in the Digital Age”, José Luis Orihuela refere-se à era digital como uma era cheia de desafios para o jornalismo. “The digital age arrives with a set of big communication challenges for mainstream media: new relations with audiences (interactivity), new languages (multimedia) and a new grammar (hypertext). But this media revolution not only changes the communication landscape for the usual players, most importantly, it opens the mass communication system to a wide range of new players” (2003:2). Continuando com a metáfora do jogo, o que Orihuela quer dizer é que os jogadores deixam de ser unicamente os *media* tradicionais, alargando a competição a empresas, instituições, grupos e até indivíduos. As empresas, ou instituições culturais como a Culturgest, têm os seus departamentos de comunicação online a produzir conteúdos directamente ao seu público-alvo, transformando o papel do jornalista na circulação da informação. O fenómeno da blogosfera, caracterizado por Orihuela como “the ultimate challenge for the old communication system” (2003:1), compete com o jornalismo pelo papel de mediador da informação entre as fontes e o seu público. Citando novamente o teórico espanhol, a blogosfera integra “the new features of the digital world and a wide democratisation in the access to the media with a universal scope”. Apesar da grande variedade de fontes de informação, desde blogues a especialistas, o jornalismo não perde o seu papel original enquanto *gatekeeper*, dado que continua a fazer a selecção das notícias perante o excesso de informação que circula online, difundido por todo o tipo de utilizadores. Ainda assim, o online introduz uma mudança de paradigma: “the user becomes the axis of the communication process, the content is the identity of the media, multimedia is the new language, real time is the only time, hypertext is the grammar, and knowledge is the new name of information” (Orihuela:2003 :1).

Em Portugal, as publicações limitavam-se a transcrever os seus conteúdos para a web. Com o passar do tempo as publicações aperceberam-se do potencial da Internet e começam a introduzir funcionalidades pensadas especialmente para este meio. De acordo com “Os jornalistas online em Portugal”, perfil dos profissionais do meio traçado por João Canavilhas, o jornalismo online evoluiu em três fases. Na primeira fase, “Os conteúdos disponibilizados on-line são os mesmos que antes foram publicados nas versões tradicionais do meio. Na segunda, os conteúdos são produzidos unicamente para as versões online, contendo já hiperligações, aplicações interactivas e, nalguns casos, fotos, vídeos ou sons. Na terceira e

última fase, Conteúdos desenvolvidos exclusivamente para a Web, tirando partido de todas as suas características. Esta última fase, a que chamamos Web-jornalismo, caracteriza-se pela produção de informação de cariz noticioso com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, imagens - estáticas ou em movimento - e hiperligações, tudo combinado num todo coerente, interactivo, aberto e de livre navegação para os utilizadores.” (2005:2).

## Capítulo II - O Estágio na Culturgest

A primeira vez que entrei na Culturgest foi na noite de 23 de Janeiro de 2010. Era o último dia do ciclo de cinema<sup>15</sup> dedicado ao realizador filipino Brillante Mendoza e eu desci, pela primeira vez, ao Pequeno Auditório. O filme foi *Kinatay*<sup>16</sup>, um drama controverso sobre a banalidade e desumanização da violência, que valeu ao autor a distinção de melhor realizador no Festival de Cannes do ano anterior. Foi a partir dessa noite fria de Janeiro que comecei a prestar atenção à programação da Culturgest. Porque uma instituição que tem a coragem de acolher e mostrar um filme como *Kinatay* é uma instituição que vale a pena seguir de perto.

### II.1 - A Culturgest

A Culturgest (Culturgest - Função Caixa Geral de Depósitos na sua designação mais completa) foi criada em Julho de 1992 e inaugurada a 11 de Outubro do ano seguinte na (então) nova sede da Caixa Geral de Depósitos, na rua do Arco do Cego, Campo Pequeno, em Lisboa.<sup>17</sup> Financiada pela própria Caixa Geral de Depósitos, a Culturgest veio preencher uma lacuna que existia em Lisboa, especialmente no que à arte contemporânea dizia respeito, com uma programação distinta do que era a oferta na altura. Esta instituição dispõe, no total, de cinco salas e dois auditórios. Para além dos eventos programados e organizados pela própria Culturgest, a Fundação aluga regularmente os seus espaços a outras entidades, para fins tão variados como exposições, colóquios e conferências. O Grande Auditório, com uma lotação máxima de 616 pessoas, é normalmente usado para concertos, espectáculos de dança ou peças de teatro; o Pequeno Auditório, com capacidade para 147 espectadores, é normalmente usado em espectáculos cujo conteúdo exige um ambiente mais intimista ou cujo artista em questão não garanta um grande número de visitantes, já que a sua utilização, no que a bilheteira diz respeito, constitui um risco menor. As duas salas dispõem de um *foyer*, balcão de recepção com bengaleiro, e bar. A somar aos dois auditórios e às salas de reunião, a Culturgest dispõe ainda de duas galerias dedicadas exclusivamente à arte contemporânea. Com o intuito de fazer chegar a marca Culturgest a um público ainda mais alargado, foi criada em 2002 a Culturgest Porto. Situado no centro da cidade do Porto, na Avenida dos

---

<sup>15</sup> O programa do ciclo pode ser visto aqui : [http://www.culturgest.pt/docs/BrillanteMendoza\\_FSlite.pdf](http://www.culturgest.pt/docs/BrillanteMendoza_FSlite.pdf)

<sup>16</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Kinatay>.

<sup>17</sup> O Anexo I mostra uma foto da fachada do prédio.

Aliados, este espaço, a antiga sede da Caixa Geral de Depósitos na cidade, a é usado maioritariamente como espaço de concertos e exposições de arte contemporânea. A sua programação, especialmente a musical, difere bastante da oferta da Culturgest lisboeta. As duas Culturgests dispõem de uma livraria de Arte Contemporânea, muitas vezes usada para trazer algum contexto às exposições.

## II.2 - O Estágio

A possibilidade de estagiar na Culturgest, para mim, foi a melhor forma de conciliar o que aprendi no mestrado em Ciências da Comunicação - Variante Comunicação e Artes com a minha licenciatura em Comunicação e Jornalismo. Uma vez que já tinha tido uma experiência de estágio na imprensa - na secção de Cultura e *Ípsilon* do jornal *Público* -, ficar a conhecer como funciona o outro extremo da Comunicação, a assessoria de imprensa, e especialmente a sua vertente institucional, foi um desafio bastante aliciante. Trabalhar num gabinete de comunicação como o da Culturgest foi um desafio estimulante, uma vez que cada novo evento era uma autêntica descoberta e cada tentativa de comunicação de um novo espectáculo envolve uma nova estratégia, com vantagens e desvantagens inerentes.

A Culturgest<sup>18</sup> dispõe de vários departamentos, cada um deles com funções essenciais para o funcionamento norma da instituição. O Gabinete de Comunicação é um deles, assim como Produção e Secretariado, Publicações, Actividades Comerciais, Serviços Administrativos e Financeiros, Direcção Técnica, Serviço Educativo e Colecção Caixa Geral de Depósitos. O Gabinete de Comunicação foi criado em Março de 2003 e tem estado a cargo do Dr. Filipe Folhadela desde a sua fundação. O gabinete é assim responsável pela divulgação da marca Culturgest através da promoção de eventos que a instituição recebe uma vez que todo o trabalho de divulgação e promoção dos eventos é desenvolvido unicamente neste departamento.

Em traços gerais, a principal função do Gabinete é despertar a atenção do público para a programação da Culturgest. Este processo é feito de várias formas e consiste em diversas fases. Primeiro que tudo, o público tem que ser informado, cativado e impressionado e cada evento é um novo desafio de sedução. Com uma história de mais de duas décadas de espectáculos, a marca Culturgest foi ficando com cada vez mais credibilidade, mas a

---

<sup>18</sup> O sítio oficial da Culturgest (<http://www.culturgest.pt/>) . Anexo II

concorrência é sempre muito forte e a diversidade de oferta que uma cidade como Lisboa (ou Porto) oferece não pode ser desvalorizada. Relembro que a cerca de 1 km da Culturgest, no sentido Oeste, encontramos o Museu Calouste Gulbenkian, outra instituição cultural muito reputada e em que parte do público-alvo se cruza com o da Culturgest; a nordeste, mais ou menos à mesma distância, encontramos o Teatro Maria Matos. Para além dos estagiários, (normalmente há só uma pessoa a estagiar no Gabinete de Comunicação, mas em raras excepções entram duas pessoas, como foi o meu caso) o departamento de Comunicação está a cargo do Dr. Filipe Folhadela Moreira. O trabalho do Dr. Filipe, e de quem o estiver a acompanhar em Comunicação, por vezes confunde-se com Marketing e até Relações Públicas, o que faz algum sentido: não é à toa que uso várias vezes a palavra “marca”; o Gabinete de Comunicação tem que vender uma marca e um nome, ainda que seja uma marca cultural.

As estratégias de comunicação de uma instituição têm várias etapas. A primeira é a antecipação do espectáculo, feita algumas semanas antes da data do evento em si (o tempo de antecipação do evento é diferente consoante a natureza do evento em si). É importante alertar para os eventos com alguma antecedência, e isso é feito, para com o público, através das redes sociais (com *teasers*, *samples* e excertos de críticas que validem a importância do espectáculo), cartazes, mupis, *newsletters* e programas (individuais ou conjuntos, como é o caso dos trimestrais).

O contacto com a imprensa é feito de duas formas: individualmente, quando o gabinete acha que determinado concerto ou peça podem interessar especialmente a um jornalista em específico, por causa do seu histórico, ou de forma mais geral, através dos editores responsáveis pela cultura. Este contacto preliminar é feito antes do envio do *press-release* que normalmente só é redigido 10, 15 dias antes do espectáculo. O *press-release* é um documento com informação geral, clara e concisa, que geralmente não ultrapassa os três parágrafos, e contém uma foto, várias citações de críticos e os créditos, para além de datas e de outras informações básicas sobre o evento. O *press-release*<sup>19</sup>, conforme pode ser visto no Anexo III, serve para estabelecer um primeiro contacto com o evento, caso o jornalista não tenha conhecimento sobre o percurso dos artistas ou sobre o contexto do espectáculo. Conforme o interesse, são depois marcadas entrevistas e enviados mais documentos com informação adicional. Caso o primeiro contacto, o tal contacto preliminar, e o *press-release* não tenham o feedback esperado, são efectuados contactos individuais via telefone ou e-mail

---

<sup>19</sup> O Anexo III mostra um exemplo de um *press-release*, neste caso para o concerto de Alexandra Grimal e Giovanni di Domenico.

com os jornalistas. O dia-a-dia do estágio era dividido entre estas tarefas, mais ocasionais, e outras tarefas mais regulares, diárias.

Durante as 12 semanas de estágio que estive na Culturgest, todos os dias começaram com o envio do *clipping* de imprensa relativo ao dia anterior. O *clipping* em si é feito pela Cision<sup>20</sup>, uma empresa sueca especializada em relações públicas e estudos dos *media*, e é enviado todas as manhãs para a Culturgest, normalmente entre as sete e as nove horas. O *clipping* é enviado num ficheiro PDF directamente para o correio electrónico do Dr. Filipe Folhadela Moreira. O *clipping*, ou caderno de imprensa, agrega todas as referências feitas sobre a Culturgest nos *media* no dia anterior ao do envio, e não discrimina nenhum meio de comunicação nem diferencia perante imprensa escrita, internet, rádio ou televisão. O *clipping* está dividido em duas categorias gerais, que separa as menções à Culturgest perante o meio (online versus *media* tradicionais) mas não consoante o género jornalístico da peça em questão. Estas menções são separadas depois a partir de uma série de factores criados pelo Dr. Filipe. Assim, o *clipping* é dividido nas seguintes categorias: Notícia, quando o foco principal da peça se centra num espectáculo ou evento da Culturgest ou produzido (ou co-produzido) pela Culturgest; Referência<sup>21</sup>, quando o foco da peça não é a Culturgest ou um evento da Culturgest em si, mas ainda assim o nome da instituição é referido; Micro-Notícia, para casos em que a peça em questão é uma breve (na imprensa escrita ou online) ou demasiado pequena ou resumida para poder ser vista como uma notícia; Agenda, quando um espectáculo da Culturgest é referido só pela agenda, sem nenhuma informação sobre o mesmo, para além da data, sala e artista. Quando a peça vem de um meio de comunicação online, seja esse um blogue ou uma simples transcrição de um artigo de um jornal, rádio ou TV, o *clipping* agrega-o na categoria de Internet. As diferentes categorias (Notícia, Micro-Notícia, Referência e Agenda) aplicam-se aqui da mesma forma. A publicidade que a Culturgest tem nos *media* (actualmente dividida entre o semanário *Expresso*, o diário *Público*, no caderno cultural *Ípsilon*, e a revista *Time Out Lisboa*<sup>22</sup>) não conta para o caderno de imprensa. Destaco ainda que a Culturgest, actualmente, não dispõe de publicidade online.

---

<sup>20</sup> <http://www.cision.com/pt/>

<sup>21</sup> Isto é válido ainda para eventos que se realizam na Culturgest mas que não são organizados ou promovidos pela Culturgest, como por exemplo eventos em que o espaço foi alugado a terceiros.

<sup>22</sup> Anexo IV mostra-nos o exemplo de um anúncio, publicado na TimeOut Lisboa no dia 12 de Novembro de 2014.

Depois de analisado e organizado<sup>23</sup>, contando o número de ocorrências de qualquer uma das categorias designadas pelo Dr. Filipe, o caderno de imprensa é enviado para administração e colaboradores da Culturgest. Foi com este pequeno ritual que começaram todas as manhãs dos 3 meses de estágio. A importância do caderno de imprensa é bastante evidente: não só a administração da Culturgest fica com uma ideia da imagem que a instituição tem junto dos *media* como cumpre a função de arquivar essa informação para poder ser estudada e analisada de perto, por motivos de orçamento e planeamento de custos relativos com a comunicação e publicidade. O estudo dos cadernos de imprensa afigura-se como fundamental de forma a fazer a avaliação das estratégias de comunicação e promoção usadas e comparar ao longo do tempo. Ocasionalmente foram criados cadernos de imprensa mais específicos ou temáticos, relativos, por exemplo, à cobertura mediática de determinado artista ou espectáculo. Isto aconteceu, a título de exemplo, dias depois da estreia de *Mirage*, de Ann Papoulis Adamovic, em que a artista norte-americana pediu um caderno de imprensa sobre o seu espectáculo para juntar ao seu arquivo pessoal. A Cision permite criar uma pesquisa orientada por data ou palavra-chave, por isso um registo deste género é facilmente composto.

De todas as tarefas menos regulares, a mais importante é a elaboração de *press-releases*. Regressando um pouco atrás, o *press-release* é parte fundamental da estratégia de comunicação da Culturgest. Em traços gerais, um *press-release* é, como o próprio nome indica, é um resumo da informação de um evento, direccionado para a imprensa. A linguagem do *press-release* prima pela clareza e concisão e consiste num texto de apresentação de um evento, e pode incluir excertos de críticas, de forma a validar a importância do espectáculo e aliciar o mesmo junto da imprensa, assim como *teasers*, hiperligações, *samples*, fotos, vídeos, consoante o tipo de evento. Salvo raras excepções, o *press-release* é composto a partir da folha de sala e textos escritos ou indicados pelos programadores ou curadores do espectáculo. Convém ter sempre em conta que o *press-release* poderá ser o primeiro contacto do jornalista com o evento que está a ser promovido, por isso o texto deve ser completo e ainda assim cingir-se ao essencial. A lista de jornalistas que recebe estes documentos é muito extensa e será através do *press-release* que o Gabinete de Comunicação estabelecerá contactos para marcar entrevistas ou simplesmente pedir mais informações sobre o espectáculo.

---

<sup>23</sup> No Anexo V é possível ver o exemplo de e-mail com caderno de imprensa.



Outra das funções do departamento de comunicação é estabelecer parcerias comerciais para a Culturgest, cabendo ao Dr. Filipe Folhadela analisar as propostas de marketing que a instituição recebe. Durante o estágio assisti a várias reuniões de discussão de propostas comerciais. Essas discussões serviram para analisar propostas de publicidade, por parte de revistas como a *Gerador* e jornais como o *Diário de Notícias*, interessados em ter anúncios da Culturgest. Este departamento também se encarrega de estabelecer possíveis parcerias e, para esse fim, deve mostrar-se disponível para analisar propostas de marketing ou de publicidade que possam trazer mais-valias. Embora sejam discutidas várias possibilidades de parcerias comerciais, a publicidade da Culturgest continua a centrar-se no *Público*, *Expresso* e *TimeOut*.

Estas reuniões foram úteis pois davam-nos a possibilidade de ter uma experiência real sobre a forma como estes assuntos são abordados no mundo de trabalho. Discutiam-se propostas, conversava-se sobre estratégias de marketing e publicidade.

### **II.3 - A Culturgest nas Redes Sociais**

No primeiro capítulo mostrei que a evolução do jornalismo é indissociável da evolução das novas tecnologias. O crescimento exponencial do número de utilizadores da Internet deu origem ao aparecimento dos primeiros blogues, ainda nos anos noventa, e mais tarde as redes sociais, como o Facebook (2004) ou o Twitter (2006). Estas redes sociais e a informação que nelas circulam tanto colaboram como competem com o jornalista, mas a verdade é que já estão integradas no dia-a-dia de todos. Segundo João Canavilhas, “las redes sociales y los blogs han alterado profundamente las rutinas de producción de noticias a punto de en actualidad se integren perfectamente en las rutinas, especialmente en dos etapas cruciales en el proceso de producción periodística: la recopilación de información y la distribución de noticias.” (2011:2). Se é verdade que a popularidade de redes sociais como as que enumerei acima veio mudar o jornalismo, o mesmo também é verdade para a comunicação institucional.

A Culturgest tem uma presença forte nas redes sociais, especialmente através da página de facebook oficial da instituição. Esta página, a cargo do Dr. Filipe Folhadela, é fundamental no contacto directo da instituição com o seu público. Para além de antecipar os seus eventos e espectáculos, através de *trailers*, *teasers*, excertos de críticas e informações gerais sobre os eventos em si, o contacto com o público via mensagens privadas e

comentários de facebook é fundamental para manter uma boa relação com o seu público-alvo habitual. Durante os estágios é pedido que os estagiários respondam a comentários e mensagens privadas dirigidas ao facebook da Culturgest, sempre usando o tom leve e informal que o Dr. Filipe Folhadela adoptou desde início para a presença online da Culturgest. Em algumas ocasiões foi pedido que gerisse ainda passatempos no facebook da fundação, em que os fãs da página ganhavam um bilhete para um evento caso partilhassem o *post* original da Culturgest ou respondessem de forma rápida e correcta a dada pergunta sobre determinado evento. Normalmente o Dr. Filipe publica 3 *posts* por dia, um durante a manhã, outro à hora de almoço e o último ao fim da tarde. De referir ainda que a página oficial da Culturgest tem actualmente 79 106 fãs<sup>24</sup>, ou “likes” e a tendência é para continuar a crescer a um ritmo seguro.

Em relação às outras redes sociais o cenário não é tão favorável: a página de Twitter<sup>25</sup> da Culturgest tem mais de 1000 seguidores mas nunca foi utilizada, apesar de a #culturgest ser comum; o canal de Youtube<sup>26</sup> não é actualizado desde 2013; a conta de Google+ nunca foi criada e o Instagram<sup>27</sup> só foi criado há sensivelmente seis meses, apesar de ser usado de forma eficiente e a @culturgest ser popular. No Vimeo<sup>28</sup>, a alternativa de alta definição ao Youtube, o cenário é mais encorajador: apesar de não ser actualizado de forma muito regular, o canal de Vimeo da Culturgest reúne 88 vídeos e serve de arquivo para conferências e colóquios organizados pela fundação. Numa época em que as redes sociais fazem parte integrante<sup>29</sup> da vida de muitos portugueses, é fundamental que uma instituição com a dimensão da Culturgest tenha uma presença consolidada nas mesmas. Com muitas instituições a apostarem nas redes sociais para comunicarem directamente com o seu público e criarem atenção sobre a sua programação, seja através de vídeos virais ou *flashmobs*, por exemplo, a Culturgest não se pode dar ao luxo de ficar de fora de um universo que reúne não só grande parte do seu público habitual como muito do seu potencial público para o futuro.

---

<sup>24</sup> Actualizei este número pela última vez na tarde de 7 de agosto de 2015.

Anexo VI (<https://www.facebook.com/culturgest?fref=photo>)

<sup>25</sup> Anexo VII (<https://twitter.com/Culturgest>)

<sup>26</sup> Anexo VIII (<https://www.youtube.com/user/Culturgest>)

<sup>27</sup> Anexo IX (<https://instagram.com/culturgest/>)

<sup>28</sup> Anexo X (<https://vimeo.com/user11136721>)

<sup>29</sup> Um estudo da Marktest intitulado “Os Portugueses e as Redes Sociais”, lançado em Fevereiro de 2014, dizia que dos portugueses que usam redes sociais 95% tem conta no facebook. Segundo o *Diário de Notícias*, também em Fevereiro de 2014, a plataforma Facestore estimava que 4,7 milhões de portugueses teriam conta no facebook. No total, a nível mundial, o número de utilizadores ultrapassava os 1,2 mil milhões.

A razão para as redes sociais não serem mais desenvolvidas pelo gabinete de comunicação da Culturgest prende-se com falta de pessoal. Estando o Dr. Filipe Folhadela sozinho à frente do gabinete não é fácil gerir todas estas redes sociais e conciliar isso com todas as outras tarefas que surgem no dia-a-dia. Ainda assim, na minha opinião, uma presença forte nas redes sociais, especialmente através da criação de conteúdos audiovisuais, era importante para gerar curiosidade junto de pessoas que não estão familiarizadas com a Culturgest e com os espectáculos que costuma ter. Os canais de Youtube e Vimeo poderiam, por exemplo, ser aproveitados para mostrar pequenos vídeos de ensaios de espectáculos, entrevistas ou até curiosidades.

As recentes campanhas dos teatros municipais Maria Matos e São Luiz para promover o cartão de descontos Maria & Luiz são um bom exemplo do uso do vídeo e redes sociais para promoção de uma marca cultural<sup>30</sup>: vídeos curtos e acessíveis, com potencial viral nas redes sociais. Esta campanha foi premiada em várias categorias nos prémios do Clube dos Criativos de Portugal, entre elas “Marketing Directo Digital”, “Melhor Campanha Web” e “Publicidade”, e apesar do seu impacto ainda não poder ser analisado a nível de financeiro, o que é certo é que os vídeos foram vistos milhares de vezes no youtube e partilhados centenas de vezes no facebook. Outro exemplo bastante conhecido é o *flashmob* para recriar “A Ronda da Noite”<sup>31</sup>, de Rembrandt. O objectivo era celebrar a reabertura do Rijksmuseum (Amesterdão) após dez anos em obras de renovação. O vídeo foi visualizado mais de 5 milhões de vezes e surpreendeu não só as pessoas presentes no local como a imprensa internacional. O jornal online norte-americano *Huffington Post*, por exemplo, considerou na altura que este foi “the world's most cultured flashmob yet”<sup>32</sup>. A iniciativa conseguiu assim atrair pessoas para o museu com um conteúdo direccionado especificamente para as redes sociais.

---

<sup>30</sup> <http://mariaeluz.pt/>

<sup>31</sup> O flashmob, que foi chamado de “Our Heroes are Back” pode ser visto aqui :

<https://www.youtube.com/watch?v=a6W2ZMpsxhg>

<sup>32</sup> [http://www.huffingtonpost.co.uk/2013/04/03/rembrandt-the-night-watch-flashmob-video\\_n\\_3005034.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/2013/04/03/rembrandt-the-night-watch-flashmob-video_n_3005034.html)

### Capítulo III - Estudo de Caso: Festa do Cinema Romeno

Para estudo de caso deste relatório escolhi o Ciclo de Cinema Romeno, organizado pelo IndieLisboa, que decorreu entre 19 e 23 de Novembro de 2014, na Culturgest. Uma vez que tanto o IndieLisboa como os ciclos de cinema pontuais organizados pelo IndieLisboa costumam ter a colaboração da Culturgest, os trabalhos entre as duas entidades decorreram a um ritmo muito particular. A assessoria de imprensa da Festa de Cinema Romeno foi partilhada entre a Culturgest e o IndieLisboa. Devido à divisão de tarefas do estágio, ficou decidido pelo Dr. Filipe Folhadela que a assessoria da Festa seria tratada por mim em colaboração com a Dra. Mafalda Melo, do IndieLisboa.

“O cinema romeno continua a provar ser um viveiro de talentos e de histórias bem contadas sobre o nosso mundo. Não sabemos bem o que eles põem na água na Roménia, mas alguma coisa deve ser, para justificar o altíssimo nível médio da produção cinematográfica local ao longo da última década.” Jorge Mourinha, crítico de cinema do jornal *Público*, abre, com a citação acima, a sua crítica ao filme *Mãe e Filho*, de Calin Peter Netzer, vencedor do Urso de Ouro da edição de 2013 do Festival de Berlim. O filme, que teve a sua estreia em Portugal a 27 de Março de 2014, é apenas um dos muitos que podiam servir de exemplo para a qualidade que o cinema romeno contemporâneo tem mostrado ao longo da última década e meia. Porque, e citando novamente a crítica de Jorge Mourinha, “poucos outros cinemas modernos falam do nosso quotidiano como este”. Essa reverência por parte (de parte) da crítica deve-se ao trabalho de realizadores como Cristi Puiu, Corneliu Poromboiu, Cristian Mungiu ou Cristian Nemescu. Entre si, esses quatro realizadores venceram os maiores prémios dos festivais de cinema mais importantes da Europa e do Mundo, sendo hoje seguro dizer que durante a década de 2000 muito poucos países europeus tiveram um cinema nacional tão aclamado e reconhecido pela crítica como o cinema romeno.

O objectivo da Festa era dar a conhecer o outro cinema que tem sido feito na Roménia, para além dos nomes consagrados que listei acima. Sendo que este cinema está longe de ser comercial, sabia das dificuldades que a comunicação do evento traria. Ainda assim, pareceu-me ser um bom objecto de estudo. Por um lado, serve como exemplo de ilustrar o processo de promoção e comunicação de um evento, que ao contrário de outros, não se “vende por si”. Por outro, o estudo da cobertura desta Festa é um bom ponto de partida para questionar jornalistas e críticos sobre como é definida a agenda mediática e de que forma o material disponibilizado pela Culturgest (e neste caso, também pelo IndieLisboa)

influencia ou não o tratamento do objecto em si. Entrevistei por isso jornalistas e críticos de arte, para além da Dra. Mafalda Melo

### **III.1 - Estudo de Caso: A Festa do Cinema Romeno**

Escolhi debruçar-me sobre a Festa do Cinema Romeno por vários motivos. O cinema romeno era um tema que me interessava antes do estágio, o que só veio facilitar a minha tarefa de comunicar o evento. Assim, o meu objectivo com este capítulo do relatório foi analisar as notícias sobre a Festa e tentar perceber de que forma é que os materiais disponibilizados pelo Gabinete de Comunicação da Culturgest, como o *press-release* e todos os contactos que se seguiram ao seu envio, foram ou não aproveitados pelos jornalistas na altura da elaboração das notícias. Uma vez que surgiram dezenas de notícias sobre a Festa, foquei a minha atenção na cobertura feita pela imprensa escrita. Em relação ao evento em si, o *press-release* (Anexo XV) destacava que a ideia da Festa de Cinema Romeno era mostrar o trabalho de realizadores menos conhecidos ou a começar a carreira e não esses nomes mais consagrados como os que referi acima. A Festa assentava na ideia de que não existe uma Nova Vaga de Cinema Romeno, apenas indivíduos com estilos diferentes, ainda que com algumas características comuns, como planos sequência longos e a estética algures entre o minimalismo e o naturalismo. Para além de percorrer parte das carreiras de cineastas como Adrian Sitaru<sup>33</sup>, Paul Negoescu<sup>34</sup>, Gabriel Achim<sup>35</sup>, entre outros, a Festa do Cinema Romeno fez uma retrospectiva integral de Radu Jude. Mais reconhecido internacionalmente do que os restantes realizadores presentes na Festa, Radu Jude (que viria já em 2015 a vencer o Urso de Prata para Melhor Realizador na última edição do Festival de Cinema de Berlim<sup>36</sup>) foi alvo de grande destaque no *press-release*. Aproveitamos o facto de o realizador estar disponível para entrevistas e ser um nome mais conhecido junto da crítica para aliciar e promover o restante programa.

### **III.2 - Análise de Notícias sobre a Festa do Cinema Romeno**

Olhando para o *clipping* resultante da Festa do Cinema Romeno, é simples constatar que grande parte da cobertura mediática do evento foi feita como antevisão da Festa em si. A

---

<sup>33</sup> <http://www.imdb.com/name/nm1138158/>

<sup>34</sup> <http://www.imdb.com/name/nm2735137/>

<sup>35</sup> <http://www.imdb.com/name/nm3288933/>

<sup>36</sup> Com o filme “Aferim!”, que viria ainda a ser premiado na edição de 2015 do IndieLisboa.

dificuldade em analisar as mais de 40<sup>37</sup> peças compostas, entre imprensa escrita, online, rádio e blogosfera, fez com que reduzisse o meu leque de estudo para quatro exemplos. Foquei o meu estudo, como em todo o relatório, na componente escrita do jornalismo. De referir ainda que muitos dos artigos publicados sobre a Festa foram reproduções de *takes* da Agência Lusa.<sup>38</sup> Esta análise ao *clipping* deixa clara algumas das tendências que exponho durante o relatório, como a preponderância do jornalismo de divulgação e de agenda em oposição à crítica.

Como disse no subcapítulo anterior, o cinema romeno goza de um certo estatuto e respeito junto da crítica especializada. Foi surpreendente não haver um único pedido de entrevista, por exemplo, estando Adrian Sitaru em Lisboa e Radu Jude disponível via Skype. Obviamente que do ponto de vista de um assessor de imprensa, os objectivos editoriais de uma publicação não podem ser questionados. Ainda assim é difícil não regressar a Rivera e uma citação que usei anteriormente: “o jornalismo cultural tem proporcionado actualmente dois formatos de crítica literária: o ensaio crítico de certa extensão e a resenha bibliográfica. Ao primeiro exige-se uma maior capacidade interpretativa e valorativa, enquanto, ao segundo, pede-se somente uma ideia sucinta do conteúdo e das principais ideias ou teses sustentadas, com algum juízo breve sobre o seu valor, originalidade, etc. (Rivera, 2003:117)”. Em relação à comparação do *clipping* em si, começo por destacar que as minhas escolhas foram feitas no sentido de mostrarem a maior variedade possível. Assim, escolhi analisar dois artigos de publicações diárias, os jornais *i* e *Público*, um artigo do semanário *Expresso* e finalmente um artigo do diário digital *Observador*. Todas estas publicações têm abordagens diferentes ao que entendem como cultura, ainda que a minha análise não o mostre, já que todos os artigos foram baseados no *press-release* do evento.

O artigo<sup>39</sup> de Bárbara Marinho “E o ano em que o Steaua ganhou a taça ao Barça?”<sup>40</sup>, do *jornal i*, publicado no dia 19 de Novembro, é o primeiro objecto de estudo. Esta notícia, que ocupa uma página inteira do *jornal i*, é composta por duas secções: a primeira é um perfil de Radu Jude, o realizador em destaque; a segunda secção é feita das sinopses de cinco filmes

---

<sup>37</sup> No total foram 49 referências à Festa: 1 na rádio, 13 na blogosfera e as restantes 35 dividem-se entre a imprensa escrita e a edição online de publicações bastante variadas, desde jornais e revistas portuguesas até aos *media* romenos.

<sup>38</sup> Como por exemplo: <http://visao.sapo.pt/festa-do-cinema-romeno-celebra-prolifera-nova-vaga-de-realizadores=f801757>

<sup>39</sup> Anexo XX.

<sup>40</sup> O título da notícia refere-se à surpreendente vitória do Steaua de Bucareste frente ao favorito Barcelona, na final da Liga dos Campeões 1985-1986. Este jogo de futebol é abordado no filme “Adalbert’s Dream”, de Gabriel Achim, um dos destaques da Festa.

escolhidos pela jornalista, com imagens a acompanhar. Tanto o perfil como as sinopses foram escritas com base nos textos de apoio ao *press-release* (Anexos XVI, XVII e XVIII), não sendo visível na notícia nenhuma informação exterior a estes textos. Curiosamente, o *lead* da peça induz o leitor em erro, uma vez que refere os nomes de Mungiu e Piui, quando o *press-release* deixa bem claro que a Festa não se foca nestes realizadores mais consagrados mas sim na nova geração de cineastas romenos. A versão online desta notícia é uma simples cópia da edição em papel, como vem sendo habitual nos *media* portugueses: não há hiperligações com *trailers* nem sequer uma galeria de fotos a ilustrar a transcrição.

No *Observador*, o jornal exclusivamente online fundado em meados de 2014, a jornalista Sara Otto Coelho escreveu uma peça intitulada “Da Roménia com amor: o cinema romeno mostra-se em Lisboa”<sup>41</sup>. Postada online no dia 19 de Novembro, esta notícia resume novamente o *press-release*, agrupando ainda o programa completo da Festa, juntamente com preços e horários. A jornalista enriquece a peça com o *trailer* de um dos filmes de Radu Jude, “The Happiest Girl in the World”, e uma hiperligação<sup>42</sup> para um artigo do The Economist que contextualiza o cinema romeno recente.

O semanário *Expresso* publicou, na sua edição de 15 de Novembro, um texto do jornalista Francisco Ferreira simplesmente intitulado “Festa do Cinema Romeno”<sup>43</sup>. Achei este texto interessante porque revela um conhecimento mais aprofundado do tema, e não se baseia unicamente no *press-release* e nos textos de apoio. Francisco Ferreira faz a ligação entre a Festa do Cinema Romeno e a homenagem que a edição de 2008 do IndieLisboa fez ao cinema desse país, trazendo, pela primeira vez a Portugal, filmes de realizadores como Radu Jude, Corneliu Porumboiu e Radu Muntean. Apesar de a notícia ser relativamente curta e ocupar apenas ¼ de página, com imagem a acompanhar, o jornalista consegue ainda caracterizar o cinema de Radu Jude e explicar de que forma é que este se insere no cinema nacional do país. Esta notícia não foi replicada para a edição online do *Expresso*, sendo a única notícia disponível online uma reprodução de um *take* da agência Lusa.

Comparativamente à peça do semanário *Expresso*, a peça do jornal *Público* é ainda mais pequena, ocupando cerca de um quinto da página, com imagem. A notícia<sup>44</sup> foi publicada no dia 14. Uma vez que na secção de Cultura do *Público* são divulgadas muitas

---

<sup>41</sup> <http://observador.pt/2014/11/19/da-romenia-com-amor-o-cinema-romeno-mostra-se-em-lisboa/>

<sup>42</sup> O artigo pode ser lido aqui: <http://www.economist.com/blogs/prospero/2013/03/romanian-cinema>

<sup>43</sup> Anexo XXI.

<sup>44</sup> Anexo XXII

notícias sem a assinatura do jornalista que as redigiu, não é possível apurar quem é o autor. A notícia, intitulada “ O outro cinema romeno na Culturgest” tem mais presente não só o cinema nacional deste país como o historial do IndieLisboa e de outros festivais de cinema portugueses, uma vez que refere os trabalhos destes realizadores que já foram mostrados no país, noutro contexto. O artigo refere ainda outras iniciativas do género, destacando a ambição da Festa em não se propor como simples retrospectiva da carreira de realizadores mais conhecidos.

No geral, qualquer um destes exemplos prima pela descrição do programa e pelo resumo da carreira do realizador homenageado, Radu Jude, e não acrescenta muito background à Festa do Cinema Romeno em si. Isto é facilmente compreensível, não só pela suposta falta de apelo comercial (apesar das sessões estarem quase sempre com a sala, o Pequeno Auditório da Culturgest, cheia) como pela falta de recursos. Por recursos refiro-me a tempo e jornalistas. Apesar de o IndieLisboa ter disponibilizado *screeners* de todos os filmes que iam ser mostrados na Festa, todas as notícias foram feitas em jeito de antevisão. A excepção a esta regra aparece apenas na blogosfera: não só foram postadas várias críticas em vários blogues como dois deles fizeram até entrevistas, uma a Adrian Sitaru<sup>45</sup> e outra a Radu Jude<sup>46</sup>. No online, a reprodução dos *takes* da Lusa, ainda que não seja um exclusivo do jornalismo cultural, ocorre regularmente. Dos 49 artigos sobre a Festa do Cinema Romeno, 9 são reproduções integrais ou parciais de um *take* da Agência Lusa. Curiosamente, as únicas menções críticas (no sentido de não serem uma simples descrição do programa) à Festa foram feitas por blogues dedicados ao cinema, como o À Pala de Walsh e Hoje Vi(vi) um Filme<sup>47</sup>.

Em geral, a maioria dos conteúdos que vemos nos sites da imprensa escrita portuguesa são simples transcrições dos textos que apareceram antes no papel. São raras as notícias que integram qualquer tipo de conteúdo multimédia, reduzindo, quanto muito, esse conteúdo a uma galeria de fotos posicionada de forma acessória à notícia em si, normalmente depois do título e antes do *lead*. Nem sequer as hiperligações, sem dúvida um dos maiores avanços tecnológicos que a internet veio trazer para a fluidez da informação, são aproveitadas convenientemente. Apesar de este não ser um problema exclusivo do jornalismo cultural, convém citar o que diz João Canavilhas no seu perfil “Os jornalistas online em Portugal”: “(as) publicações fornecem edições online com características muito semelhantes às das suas

---

<sup>45</sup> <http://cinespoon.net/2014/11/entrevista-ao-realizador-adrian-sitaru/>

<sup>46</sup> <http://www.apaladewalsh.com/2014/11/radu-jude-pouco-me-importa-se-um-filme-e-bom-ou-mau-emocionante-ou-chato-so-quero-estimular-o-pensamento-do-espectador/>

<sup>47</sup> <http://hojeviumfilme.blogspot.pt/2014/11/festa-do-cinema-romeno14-dupa-revolutie.html>



versões tradicionais, tirando partido de algumas características da web mas, ainda assim, muito longe de explorarem as potencialidades do meio.” (2005:3). O texto foi escrito em 2005 mas, nesse aspecto, continua bastante actual.

### III.3 - Relação Entre o Jornalista e o Gabinete de Comunicação

Depois de analisar o *clipping* da Festa, e concluir que o *press-release* desempenha um papel fundamental na elaboração dos artigos, pareceu-me importante saber de que forma é que os jornalistas se relacionam com a informação disponibilizada pelos gabinetes de imprensa das instituições. Optei assim por entrevistar vários jornalistas, para melhor caracterizar não só a relação que estes mantêm com a Culturgest, como para entender como é feito, do ponto de vista da imprensa, a abordagem aos eventos. No caso da Festa do Cinema Romeno, olhando para o *press-release*<sup>48</sup> e para os textos de apoio que o acompanharam, é fácil perceber que foi seguido à risca pelos jornalistas.

Para Eurico de Barros, jornalista da *TimeOut* e *Observador*, o *press-release* é “essencial como material de apoio informativo, e eventualmente, para dar pistas de trabalho”. A opinião de Mário Lopes, jornalista do *Público*, não é muito diferente: “os *press-releases* são importantes pela contextualização que oferecem. Claro que, para a elaboração do texto jornalístico, a sua importância é marginal. No caso de abordarem artistas desconhecidos do jornalista, por exemplo, servem de ponto de partida para a investigação, não para o trabalho jornalístico propriamente dito.” Relativamente ao formato, Eurico de Barros diz que a sua abordagem é a mesma, caso escreva para o online ou para o papel. Segundo o jornalista “os tempos editoriais são completamente diferentes, a abordagem é a mesma”. Destaca ainda, no que à Internet diz respeito, as possibilidades que o online veio trazer, tanto “ao abrir o espaço de pesquisa de informação e de confirmação de factos e proporcionar novas formas de apresentação e enriquecimento dos textos”. A opinião de Mário Lopes não é diferente muito da de Eurico de Barros. Para o jornalista do *Público*, escrever para o papel ou para o online é a mesma coisa. Ainda assim assume que “a tendência natural seria fazer uma distinção, tendo em conta a resposta rápida e, normalmente, os textos mais curtos, que o online contempla, e o trabalho mais maturado, burilado e reflectivo que se associa ao trabalho para o papel. A verdade, porém, é que essa diferença, com a sobreposição dos dois formatos e a convivência entre ambos de forma quase indistinta (o *Público*, por exemplo, tem toda a sua edição em

---

<sup>48</sup> Anexo XV

papel disponível no online), tende a esbater-se cada vez mais. Hoje, e como sempre havia sido, é a natureza dos textos (uma breve, uma entrevista, uma crítica, uma reportagem) que estabelece a distinção, não o formato em que estes são apresentados ao leitor”. No que toca às ferramentas ao dispor de um jornalista quando escreve para o online, Mário Lopes diz serem “ferramentas indispensáveis actualmente. Porque tal é exigido pela evolução tecnológica e pelo leitor que convive diariamente com ela e que, no caso das gerações mais novas, já não conhece outra realidade. Do ponto de vista estritamente jornalístico são, obviamente, ferramentas que enriquecem o trabalho, oferecendo outras camadas de leitura e um contexto mais abrangente”.

Questionei ainda Mário Lopes e Eurico de Barros sobre a selecção que é inerente a todo o jornalismo, sobre o que cobrir e o que deixar de fora. Mário Lopes afirma que o cenário não mudou por causa da Internet ou do jornalismo online. Para o crítico do *Público*, a “selecção faz-se da mesma forma de sempre, pelo valor notícia que representa determinado evento ou pela relevância artística/cultural que represente, independentemente do número de pessoas a que se dirige, do género de evento ou do local em que é apresentado. Com a agenda cultural preenchida como nunca antes, o processo faz-se da mesma forma. Aumenta a angústia e a malha da selecção, por ser impossível dar destaque a tudo o que desejaríamos”. Eurico de Barros destaca que fazer jornalismo “cultural ou outro, é fazer escolhas, por vezes muito difíceis e ingratas”. “Tomo em consideração a importância, a relevância e a qualidade dos vários eventos, procurando nunca discriminar pela “média” ou pela “vanguarda”, sempre tendo em conta o tempo que vão permanecer em cena ou em cartaz. E faço uma selecção muito cuidada do que me é proposto”.

### **III.4 - A comunicação da Festa do Cinema Romeno: Entrevista**

Uma vez que parte do sucesso dos agentes culturais se deve ao jornalismo cultural, e sendo este capítulo dedicado ao estudo da cobertura mediática da Festa do Cinema Romeno, parece-me fundamental explicar as estratégias de comunicação que levaram a essa mesma cobertura. Por isso entrevistei Mafalda Melo<sup>49</sup>, a responsável pela comunicação do IndieLisboa - Associação Cultural, sobre como é que funciona a estratégia de comunicação do IndieLisboa, usando a Festa do Cinema Romeno como exemplo. A entrevista foi reveladora, no sentido em que atravessa todos os temas presentes neste relatório: o minguar

---

<sup>49</sup> Anexo XIX

do espaço dedicado ao jornalismo cultural, o papel crescente que as redes sociais ocupam na comunicação institucional e a perda de preponderância do crítico no jornalismo cultural actual.

Em relação à comunicação e promoção dos seus eventos, Mafalda Melo destaca que “a promoção de um evento como a Festa do Cinema Romeno arranca no momento em que se fecha o desenho da programação, com a produção de materiais de comunicação: a imagem do evento, o site, os textos produzidos especificamente para o efeito (não só as sinopses dos filmes mas também os textos de análise sobre as retrospectivas/focos apresentados) e todos os materiais físicos, por assim dizer, como os desdobráveis, as folhas de sala, os posters e os mupis.” Segundo a responsável pela comunicação do IndieLisboa, “a estratégia de promoção do evento é previamente planeada e colocada em prática por fases. Numa primeira fase (sensivelmente dois meses antes do evento) foram anunciadas as datas e o local da Festa do Cinema Romeno e alimentado o site<sup>50</sup> com textos, imagens e calendário de sessões. O contacto com a imprensa teve início sensivelmente um mês e meio antes do início da mostra, depois de recebidas as confirmações dos convidados que vieram a Lisboa representar os seus filmes. É importante mostrar os filmes à imprensa em antecipação, dando hipótese aos críticos/jornalistas de se prepararem para a cobertura do evento e possíveis entrevistas. A promoção do evento passa também pelas diversas campanhas de comunicação, geradas a vários níveis e lançadas de acordo com o calendário dos meios e com o desenho da própria campanha.” Mafalda Melo refere ainda alguns exemplos dessas campanhas de comunicação, como “mupis e cartazes, anúncios no *Público*, *Time Out* e *Agenda Cultural*, spots televisivos no *Canal 180* e *Canal Q*, spot de rádio na *Rádio Radar*, outdoors, etc”.

É importante referir que o festival já se encontra estabelecido entre o circuito de festivais de cinema portugueses. O IndieLisboa, que teve a sua primeira edição no ano de 2004, recebeu este ano 28817 espectadores em sala, de acordo com a sua página oficial<sup>51</sup>, o que representou um acréscimo de 8% em relação a 2014. A presença forte do IndieLisboa nas redes sociais, especialmente no Facebook, onde a página oficial do festival conta com 62 287<sup>52</sup> gostos e uma interacção considerável a cada *post*, é fundamental para a promoção que referi nos parágrafos anteriores. Mafalda Melo também concorda que as redes sociais desempenham hoje um papel fundamental para a comunicação de instituições culturais. “As redes sociais têm tido um papel cada vez mais importante na divulgação de eventos ligados

---

<sup>50</sup> <http://festadocinemaromeno.tumblr.com/>

<sup>51</sup> [www.indieliesboa.com](http://www.indieliesboa.com)

<sup>52</sup> Actualizei este número pela última vez na noite de 14 de Outubro de 2015.

ao cinema, e assim foi no caso da Festa do Cinema Romeno. Aproveitando o amplo espectro de seguidores (e, consequentemente, o reach inerente ao mesmo) da página de facebook do festival IndieLisboa, o evento foi comunicado nesta plataforma, tirando partido do público-alvo que já segue o festival e que acreditamos ser em parte comum ao público interessado neste tipo de eventos. Sentimos que os espectadores que comprem os bilhetes por impulso - conforme o tempo livre que pretendem despende - procuram informação (ou essa informação chega-lhes espontaneamente) através do facebook, a rede social mais rápida e directa. Acreditamos que a informação disponibilizada no facebook, twitter e instagram tem de ser rápida e simples, além de apelativa. Tem de convencer quem a lê/vê a querer descobrir (ou visitar) um trabalho que achamos interessante. É, portanto, extremamente importante ter uma estratégia de comunicação que contemple as redes sociais, espaçada e com respiração, de forma a não correr o risco de ser considerada spam. No caso do Instagram a veiculação de informação é reduzida a uma imagem e muito pouco texto, logo a linguagem tem de contemplar essa especificidade, ou será ignorada”. Em relação à forma como o material disponibilizado pelo assessor de imprensa vai influenciar o trabalho do jornalista, Mafalda acredita “que a acção do/a assessor/a de imprensa de um evento tem uma repercussão directa na cobertura do mesmo”. “ Com a quantidade de informação que os críticos/jornalistas de cultura recebem diariamente - existem projecções de imprensa todos os dias, várias estreias por semana, e um festival ou mais por mês, para mencionar apenas actividades relacionadas directamente com cinema - se a informação não lhes chegar de forma completa e atempadamente, não será possível incluir a cobertura no planeamento dos meios de comunicação, que é feito com alguma antecedência. Claro que o material com o qual trabalhamos faz ou não a diferença: refiro-me aos filmes. É mais fácil interessar alguém pelo que estamos a fazer quando realmente acreditamos no poder do objecto.” E isto é verdade para todos os meios e suportes: “embora os jornais no formato em que os conhecemos tendam a desaparecer, há ainda um elevado grau de importância atribuído pelos leitores aos artigos publicados pelos jornais de referência, como o *Público* ou o *Expresso*. E é preciso não esquecer que certos tipos de público tendem a preferir um certo jornal ou revista em detrimento dos outros, daí a importância de tentar chegar ao máximo de meios de comunicação possível. No caso dos meios de comunicação online não existe tanto a pressão do tempo, da antecedência, mas penso que é importante disponibilizar a mesma informação e materiais a todos os meios de comunicação, independentemente do seu suporte.”

A assessora de imprensa olha para o jornalismo cultural português de forma pessimista e descreve-o como “macilento, reduzido a um número muito magro de pessoas que têm condições para fazer o seu trabalho com gosto, prazer, com espaço”. A culpa, segundo Mafalda Melo, é da lógica da comunicação ser cada vez mais uma lógica comercial (“vivemos numa ditadura comercial”), onde “o que vende não é necessariamente o que realmente importa”. Ainda assim, aproveita para chamar à atenção “para a “nova geração” de críticos - nacional e internacional - que encontrou na internet espaço infinito para se expressar. É preciso filtrar o fluxo, como em tudo o resto, mas encontramos gente a escrever de forma criativa, inteligente e invulgar”. Mafalda separa ainda o papel do jornalista cultural do papel do crítico de artes. Para a assessora, “a divulgação das actividades culturais cabe aos dois, obviamente, mas a gestão de expectativas deve ser diferente por parte de quem recebe a informação. Do jornalista esperamos receber um ângulo e ponto de partida interessantes, uma investigação cuidada, descobertas (enfim, esta questão depende das expectativas e prioridades de cada um). Do crítico esperamos receber uma quantidade relevante de informação sob a forma de opinião, que estará ou não alinhada com a que iremos produzir sobre o mesmo objecto. O papel do crítico de cinema (pelo menos numa versão mais ou menos tradicional, quase nostálgica) mudou bastante, acho, dada a crescente democratização da informação e do acesso às plataformas de comunicação, inversamente proporcional ao espaço atribuído à crítica nos jornais e revistas portuguesas. O debate de ideias é importante e faz todo o sentido mas para que exista basta que as pessoas estejam informadas sobre o que está acontecer, o que podem escolher ver, de preferência por alguém competente que consiga despertar interesse num determinado assunto. A validação de uma opinião de um crítico é uma questão muito pessoal”.

## Conclusão

A realização do estágio curricular no Gabinete de Comunicação da Culturgest é o ponto de partida para a elaboração deste relatório de estágio, trabalho que conclui a componente não letiva do mestrado em Ciências da Comunicação - Comunicação e Artes na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. Para melhor compreender o trabalho efectuado durante os três meses de estágio, tentei perceber para onde caminha o jornalismo cultural. Para isso, comecei por tentar definir de que cultura é que o jornalismo cultural tradicionalmente aborda. A dificuldade em definir cultura, e por inerência jornalismo cultural, não é recente. Em Portugal, as diferentes publicações têm abordagens diferentes à cultura. A extensão do conceito de cultura, cada vez mais abrangente, faz com que a cultura que o jornalismo cultural aborda seja cada vez mais difícil de definir.

O aparecimento do jornalismo online e as particularidades que este oferece - a facilidade na partilha, a interactividade e o multimédia - fez com que as publicações passassem a depender cada vez mais do imediatismo. A Internet, e a forma como tornou possível a qualquer pessoa a produção de conteúdo informativo, veio baralhar ainda mais as regras do jogo. Hoje, só em Portugal, existem milhares de blogues e páginas pessoais online, mais ou menos especializados, dedicados às artes e à cultura. Desde a publicidade disfarçada de opinião à crítica pura e dura, é possível encontrar de tudo um pouco na blogosfera portuguesa.

Com o jornalismo cultural a ter cada vez menos espaço nas publicações, interessa entender que espaço sobra para a crítica, outrora uma das componentes essenciais do jornalismo cultural. Numa altura em que o jornalismo cultural se encontra cada vez mais focado na divulgação e agenda, tentei compreender que papel é que o crítico de artes desempenha actualmente, e nesse sentido as entrevistas que efectuei, aliadas à pesquisa, foram bastante esclarecedoras. Ao optar por entrevistar pessoas de quadrantes diferentes da comunicação pude contrapor argumentos de cada um dos lados e enriquecer a pesquisa sobre a fase de transição que o jornalismo, e por consequência o jornalismo cultural, atravessa. Por um lado, a visão de Mário Lopes e Eurico de Barros, jornalistas culturais e críticos, por outro a opinião de Mafalda Melo, que no seu trabalho enquanto assessora de imprensa lida com o jornalismo cultural de uma forma completamente diferente. Perceber as motivações e expectativas de ambos os lados da questão foi bastante importante para ficar a perceber o papel que ocupa a comunicação cultural. A minha pesquisa tornou óbvio que o espaço

dedicado à crítica é menor, assim como a falta de recursos e especialização. As entrevistas com Carlos Natálio e Rodrigo Carreiro foram fundamentais na sustentação teórica da evolução desta vertente do jornalismo.

Termino o relatório com o estudo de caso sobre a Festa do Cinema Romeno, um evento que a Culturgest recebeu em Novembro de 2014. Aproveito a Festa do Cinema Romeno para analisar a importância do *press-release*, e dos restantes materiais enviados pelos assessores de imprensa, na cobertura do evento. Apesar da Festa do Cinema Romeno ser apenas um exemplo, e cada publicação ter a sua linha editorial definida, um olhar atento sobre o jornalismo cultural produzido em Portugal mostra uma tendência de alargamento do conceito de cultura a novas áreas, como o turismo e o *lifestyle*, assim como um foco na divulgação e na agenda em vez da crítica.

## Bibliografia

- Adorno, Theodor ; Horkheimer, Max (1947). *Dialética do Esclarecimento – Fragmentos Filosóficos*
- Camp, Jean y Chien, Y.T. (2000). *The Internet as Public Space : Concepts, Issues and Implications in Public Policy*. ACM SIGCAS Computers and Society.
- Canavilhas, João (2011). *Del Gatekeeping al Gatewatching : El Papel de las Redes Sociales en el Ecosistema Mediático*. Laborde Libros Editor
- Cuche, Denys (1999). *A Noção de Cultura nas Ciências Sociais*. Verbum
- Eagleton, Terry (1991). *A Função da Crítica*. Martins Fontes Editora
- Elkins, James (2004). *What Happened to Art Criticism?*. Chicago: Prickly Paradigm Press
- Inglis, David (2005). *Culture and Everyday Life*. Routledge
- Kristensen, N. (2010). *The Historical Transformation of Cultural Journalism*. Northern Lights
- Kroeber, Alfred L. y Clyde Kluckhohn (1952). *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Peabody Museum of Archeology and Ethnology
- Rivera, Jorge (2003). *Periodismo Cultural*. Buenos Aires: Paidós
- Tylor, Edward (1920). *Primitive Culture*. London : J.Murray
- Williams, Raymond (1980). *The long revolution*. Broadview Press



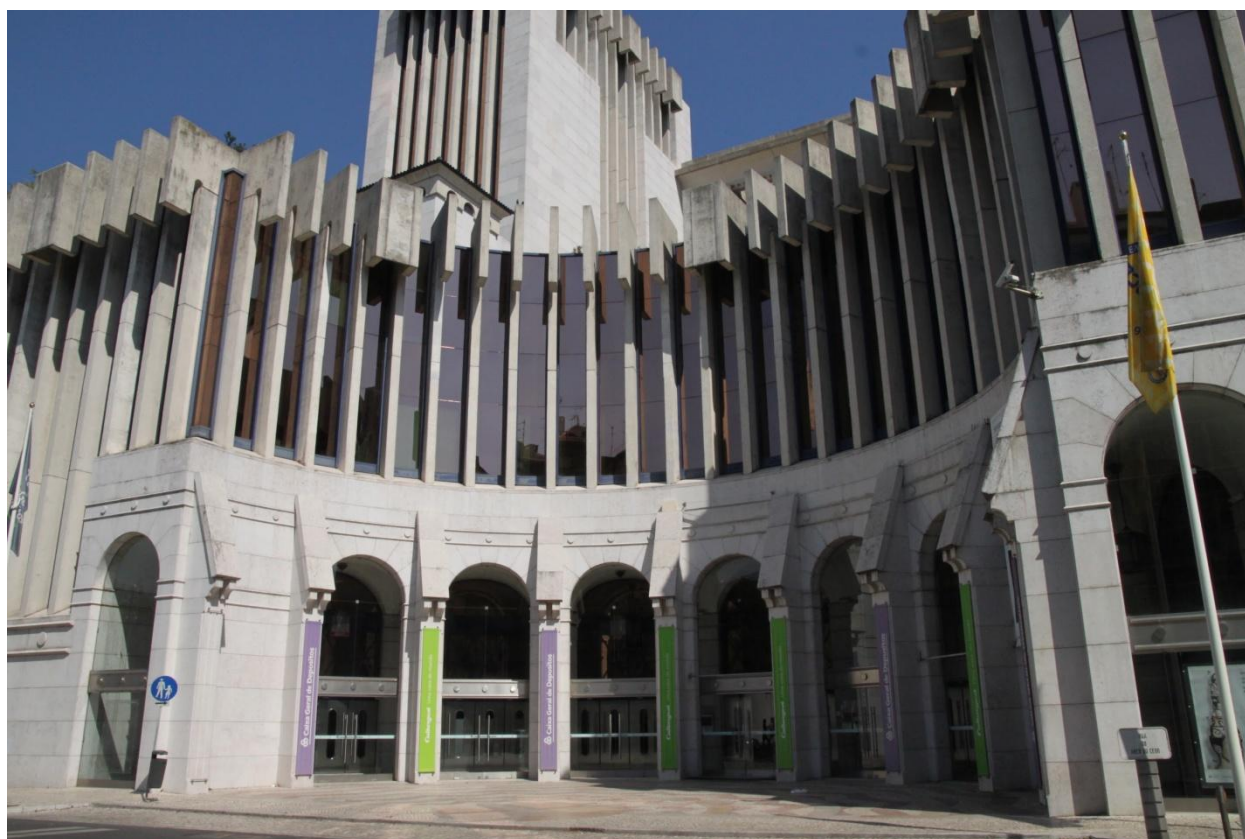
## Referências Online

- Basso, Eliane (2006). *Jornalismo Cultural: Uma Análise Sobre o Campo*. Consultado entre Setembro e Outubro de 2015.  
(<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99945753851980735137884571481134101142.pdf>)
- Canavilhas, João (2005). *Os Jornalistas Online em Portugal*. Consultado entre Setembro e Outubro de 2015. (<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalistas-online.pdf>)
- Carmo, Maria Teresa e (2006). *Evolução Portuguesa do Jornalismo Cultural*. Consultado em Maio de 2015. ([http://janusonline.pt/2006/2006\\_2\\_2\\_9.html](http://janusonline.pt/2006/2006_2_2_9.html))
- Carreiro, Rodrigo (2003). *O Gosto dos Outros. Consumo, Cultura Pop e Internet na Crítica de Cinema de Pernambuco*. Consultado em Maio de 2015.  
(<http://www.bocc.ubi.pt/pag/carreiro-rodrigo-o-gosto-dos-outros.pdf>)
- Fundação Culturgest. Consultado em Março de 2015. (<http://www.culturgest.pt/>)
- Orihuela, José Luis (2003). *10 Paradigms of Media in the Digital Age*. Consultado em Maio de 2015. (<http://pt.slideshare.net/jlori/orihuela-cost-paper>)
- Silva, Dora Santos (2009). *Tendências do Jornalismo Cultural em Portugal*. Consultado em Março de 2015.  
([http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom\\_iberico/sopcom\\_iberico09/paper/viewFile/434/432](http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/434/432))

## ÍNDICE ANEXOS

Anexo I: Culturgest .....	37
Anexo II: Página online da Culturgest.....	38
Anexo III : Exemplo de Press-Release .....	39
Anexo IV : Anúncio Publicitário da Culturgest .....	40
Anexo V : Caderno de Imprensa .....	41
Anexo VI : Página de Facebook da Culturgest .....	42
Anexo VII : Twitter da Culturgest.....	43
Anexo VIII : Canal de Youtube da Culturgest .....	44
Anexo IX : Página de Instagram da Culturgest .....	45
Anexo X : Canal de Vimeo .....	46
Anexo XI : Entrevista a Rodrigo Carreiro.....	47
Anexo XII : Entrevista a Carlos Natálio.....	50
Anexo XIII : Entrevista a Mário Lopes .....	54
Anexo XIV : Entrevista a Eurico de Barros .....	57
Anexo XV : Press Release Festa do Cinema Romeno.....	59
Anexo XVI : Texto de Apoio Festa do Cinema Romeno .....	62
Anexo XVII : Texto de Apoio Festa do Cinema Romeno.....	66
Anexo XVIII : Texto de Apoio Festa do Cinema Romeno .....	79
Anexo XIX : Entrevista a Mafalda Melo .....	87
Anexo XX : Notícia Jornal I .....	91
Anexo XXI : Notícia Expresso .....	92
Anexo XXII : Notícia Público. ....	93

## Anexo I - Culturgest



## Anexo II - Sítio online da Culturgest



## Anexo III - *Press-release* do concerto de Alexandra Grimal e Giovanni di Domenico

Alexandra Grimal e Giovanni di Domenico  
Ciclo “Isto é Jazz” | Comissário: Pedro Costa  
Jazz | 16 de Janeiro | 21h30 | Pequeno Auditório  
Preço único: 5€

FUNDAÇÃO CAIXA GERAL DE DEPOSITOS  
**Culturgest**

“Giovanni di Domenico tem a tendência para tocar notas que tanto dependem da sua proximidade como se prolongam em memórias de sons ou talvez de emoções”, Mark Corroto, *All About Jaz*

“Somos cativados pela faculdade de construir um discurso que poderia ser austero mas que, no fim de contas, se revela acolhedor, e deixamo-nos levar com prazer, atentos a cada detalhe, nota sobre da história que nos é contada”, Julien Gros-Burden, *Citizen Jazz*, sobre Giovanni di Domenico e Alexandra Grimal



Saxofone tenor e soprano: Alexandra Grimal Piano: Giovanni di Domenico

Alexandra Grimal nasceu no Cairo e tem repartido a sua atividade entre projetos próprios, como é o exemplo do seu grupo Naga, e de terceiros, destacando-se o tenteto Can You Hear Me? de Joelle Léandre e a Orchestre National de Jazz.

Giovanni di Domenico é um músico que surpreende pelo seu estilo peculiar com influências de sons do Norte de África e do Meio-Oriente, que estão imbuídos no seu estilo pessoal. Ao longo do seu trajeto tem trabalhado com figuras célebres pela sua atitude experimental, tais como: Nate Wooley, Chris Corsano, Jim o' Rourke e Toshimaru Nakamura.


Um duo de piano com saxofone é que nos propõem. O que podia ser uma limitação formal – o duo de piano com instrumento de sopro, uma formação mais usada na música clássica – eles transformam num jogo de exploração de possibilidades. Instrumentistas e compositores de jazz com formação académica que também são conhecidos pelas suas incursões na música improvisada, decidiram-se a definir um jogo entre o escrito e o tocado que salta para fora das margens estabelecidas. Pode soar-nos familiar, mas depressa se instala um delicioso e subtil inconformismo.

Para pedidos de imagens ou marcação de entrevistas, não hesitem em contactar o Gabinete de Comunicação.


Os melhores cumprimentos,

Filipe Folhadela Moreira / Bruno Pereira (estagiário) / Ana Pessoa (estagiária)  
Comunicação  
filipe.folhadela@cgd.pt

## Anexo IV - Exemplo de anúncio da Culturgest




ID: 56593936



12-11-2014

Tiragem: 11000  
País: Portugal  
Período: Semanal  
Ambito: Lazer

Pág: 13  
Cores: Cor  
Área: 8,93 x 25,29 cm<sup>2</sup>  
Cota: 1 de 1



Informações: 21 750 33 55 - culturgest@telefonos.pt - www.culturgest.pt  
\*Apresentamos informações e informações: 800 200 000 - Para mais informações, consulte o site da Culturgest ou o site da Cision. Não se trata de uma oferta de publicidade.

---

### Mirage

Miragem Um solo de Ann Papoulis Adamovic

**DANÇA SEX 14, SÁB 15 DE NOVEMBRO - 21H30 - 14€ - MZ**

O solo *Mirage* transmite, através de dança, música e filme, reflexões fragmentadas sobre as trevas do nosso tempo e a busca da beleza para combater essas trevas. *Ann Papoulis Adamovic*

*Ann Papoulis Adamovic* criou e dança solos em Nova Iorque e na Europa e coreografou para companhias de dança na Dinamarca, Croácia, Eslovénia e França. Foi professora no Merce Cunningham Studio e deu aulas de técnica Cunningham nas companhias da Ópera de Lyon, Philippe Decouflé, Angélica Freitas, Rosas e Wim Vandekeybus, entre outras, e em escolas de dança e teatro em numerosos países.

---

### Baba Mongol

**JAZZ CIOLO "JAZZ-95" - Sáb 17 de Novembro - 21H30 - 5€ - MZ**

Apesar do background dos seus membros estar claramente assente no jazz, o som dos *Baba Mongol* não dispensa a associação a outros géneros tão distintos como o rock e a música tradicional portuguesa. O último álbum do quinteto, *Kite e os Outros*, foi um dos melhores discos nacionais de 2013, de acordo com os críticos de jazz.pt.

---

### Festa do Cinema Romeno

**CINEMA DE QUA 19 A DOM 23 DE NOVEMBRO - 3,50€ - MZ**

Filmes de Radu Jude, Adrian Stancu, Iulia Murea, Laurence Leblanc, Marc Trilla, Tudor Cristian Jurgiu, Ionel Dănilă, Stefan Munteanu, Gabriel Achim, Raia Al Souliman e Paul Negoescu. Consulte o programa completo em [www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)


---

### Nova, Caledónia

de André Guedes e Miguel Loureiro

**TEATRO DE QUA 26 A SÁB 29 NOVEMBRO - 21H30 - 12€ - MZ**

A segunda colaboração de Guedes e Loureiro começa onde a primeira acabou: com a deportação dos revolucionários da Comuna de Paris para a Nova Caledónia. Esta será um itinerário sobre o fim das revoluções, a influência da geografia na estrutura de uma ideia, os mares do Sul como paraíso terrestre e as utopias criadas nessas latitudes; a convivência entre o anacrónico e o sincrónico.



## Anexo V - Caderno de Imprensa

**From:** Filipe Folhadela (FUN)  
**Sent:** 23 de janeiro de 2015 10:03  
**Subject:** Caderno de imprensa | Culturgest | 2º envio

Bom dia,

No caderno de imprensa de hoje temos:

- 3 Notícias
- 5 Micro Notícias
- 7 Agendas
- 10 Notícias de Internet

Até amanhã.

Filipe Folhadela Moreira / Bruno Pereira (estagiário) / Ana Pessoa (estagiária)  
Comunicação  
filipe.folhadela@cgd.pt

Associação de Instituições de Solidariedade  
**Culturgest**

Fundação Caixa Geral de Depósitos - Culturgest  
Edifício CGD, Rua Arco do Cego nº 50, Piso 1, 1000-300 Lisboa, Portugal  
T (+351) 21 790 54 54 F (+351) 21 848 39 03 [www.culturgest.pt](http://www.culturgest.pt)



## Anexo VI - Facebook da Culturgest

https://www.facebook.com/culturgest

JAZZ SÁB 26 DE SETEMBRO

# Mette Rasmussen

Ciclo "Isto é Jazz?" · Comissário

Culturgest - Fundação CGD está no Facebook.  
Para te ligares a Culturgest - Fundação CGD, regista-te no Facebook ainda hoje.

[Regista-te](#) [Iniciar sessão](#)

**Culturgest - Fundação CGD**  
Artes & Entretenimento

[Cronologia](#) [Sobre](#) [Fotos](#) [Críticas](#) [Mais](#)

**PESSOAS**

★★★★★  
79.541 gostos  
4129 visitas

**SOBRE**



Edifício-Sede da CGD · Rua Arco do Cego Lisboa

21 790 5155

**Aberto**  
Hoje às 14:00 - 20:00

**Culturgest - Fundação CGD**  
Ontem às 10:02 · 🌐

Inaugura hoje, às 22h, e estão todos convidados a passar por lá.  
"Formulações", de Florian Hecker  
13 peças sonoras para "ouvir" na Culturgest Porto, ... [Ver mais](#)

**03 Hecker - Hinge\*\* (SB & AK Version) [Editions Mego]**  
Download: <http://ks.kud.li/emego180> Subscribe: <http://sb.kud.li/editionsmego> Official stream from Editions Mego. Distributed by Kudos Records. On...

YOUTUBE.COM | DE EDITIONSMEGO

[Gosto](#) [Comentar](#) [Partilhar](#)

Miguel Esteves, Inanreh Semog, João Ricardo e 2 outras pessoas gostam disto.

1 partilha

[Criar Página](#)

Recente

- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010
- 2009



## Anexo VII - Twitter da Culturgest

Twitter, Inc. (US) | <https://twitter.com/Culturgest?lang=pt>

Início Sobre

Buscar no Twitter

Você possui uma conta? Entrar

**Fundação CGD**  
@Culturgest

Fundação Caixa Geral de Depósitos /  
Música / Cinema / Dança / Fotografia /  
Artes e Espectáculos

Lisboa

[culturgest.pt/index1.html](http://culturgest.pt/index1.html)

Participa desde fevereiro de 2009

SEGUINDO 2 SEGUIDORES 1.085

Seguir

Fundação CGD seguiu Alexandra Sampaio P. e Minês Castanheira

**Alexandra Sampaio P.**  
@Yasmin\_

#DigitalMarketer #SocialMediaStrategist  
#Storyteller #AppsGeek  
#ReviewsBlogger #Traveller #SeaGirl  
#Yoga. What Else? Live Streaming...

Seguir

**Minês Castanheira**  
@mines\_

Seguir

Novo no Twitter?  
Inscreva-se agora para obter seu  
próprio histórico personalizado!

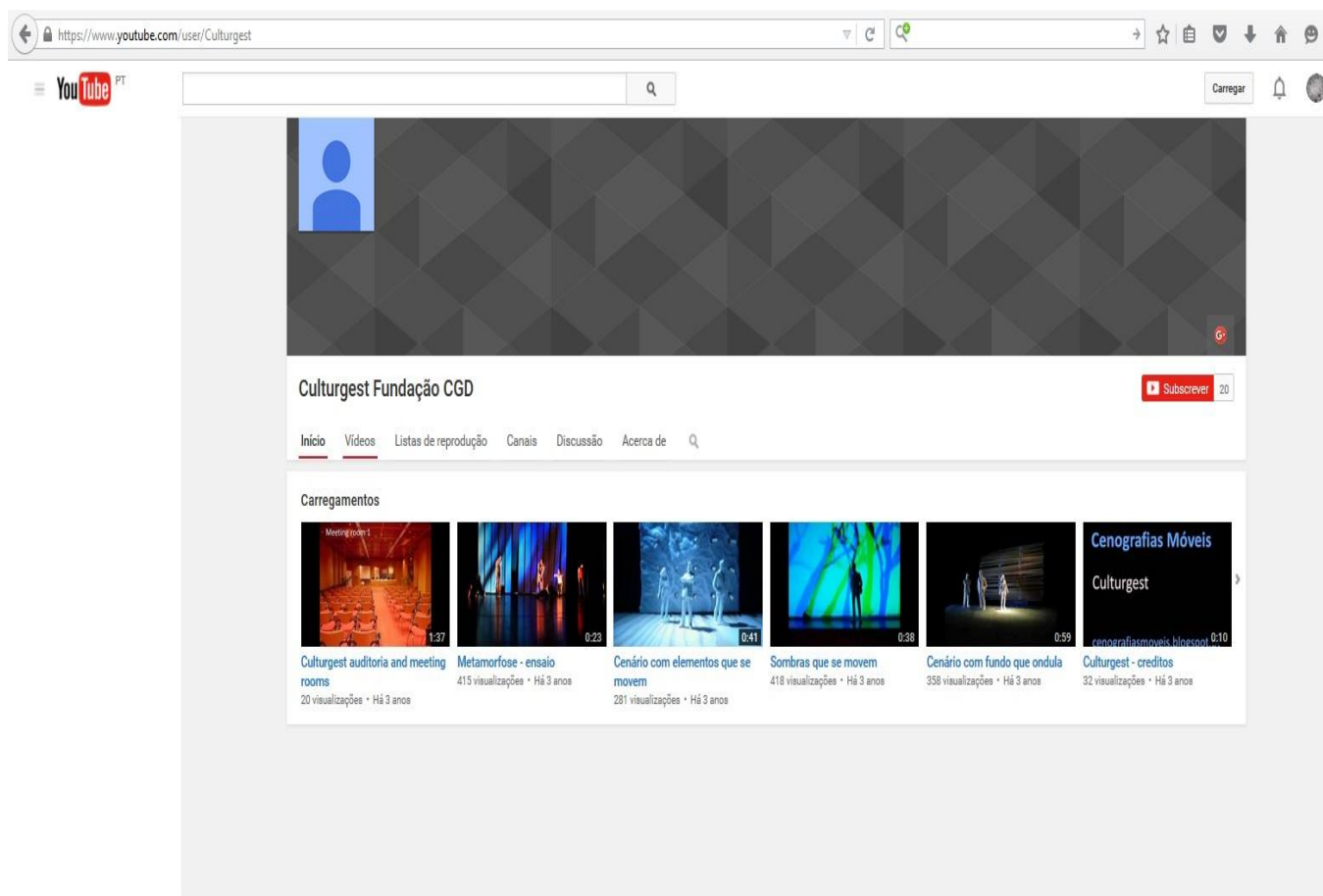
Inscreva-se

Você também pode gostar · Atualizar

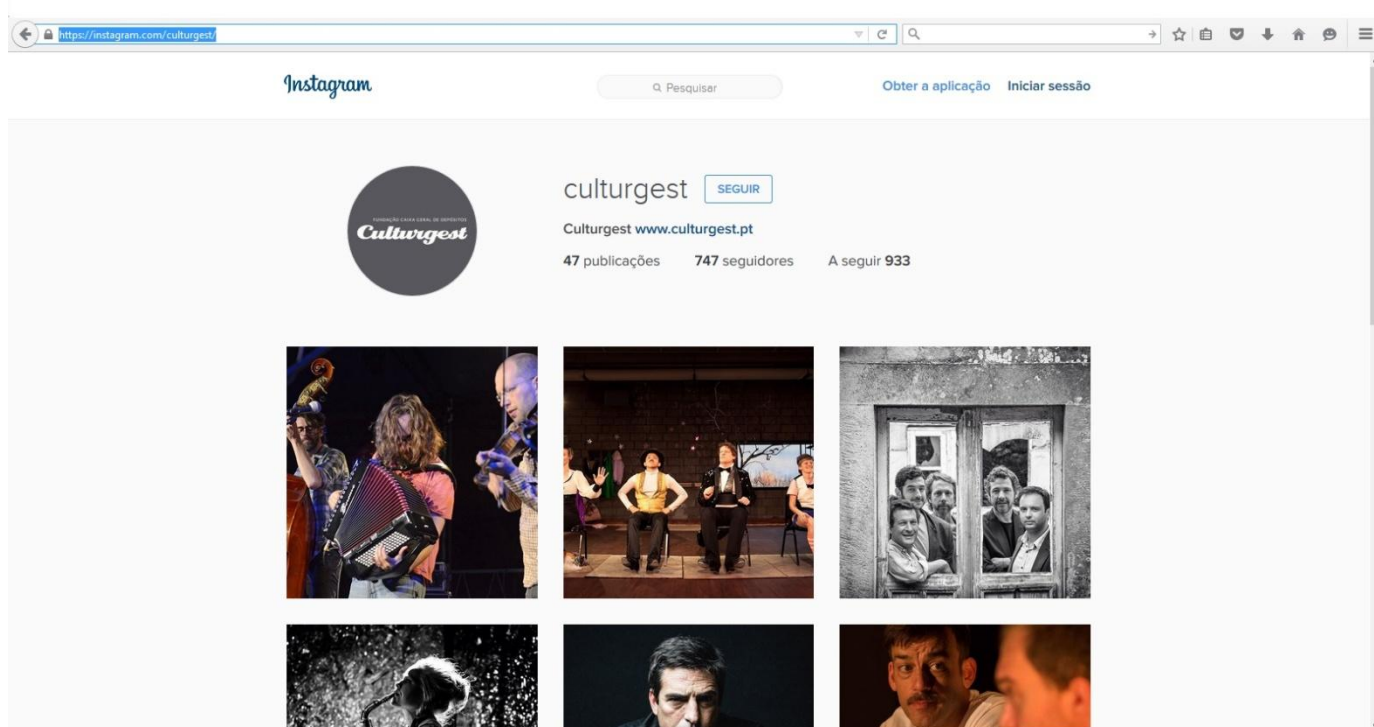
- IndieLisboa @IndieLisboa16
- Van Gogh Museum @vangoghmuseum
- rui tavares @rui\_tavares
- La Casa Encendida @LaCasaEncendida
- Fundação Gulbenkian @FCGulbenkian

Assuntos do Momento

## Anexo VIII - Canal de Youtube da Culturgest



## Anexo IX - Instagram da Culturgest



## Anexo X -Canal de Vimeo da Culturgest

https://vimeo.com/user11136721

**vimeo** inscreva-se Entrar Criar Assistir On Demand

Pesquisar vídeos, pessoas e mais Carregar

### Culturgest - Fundação CGD PLUS

Membro desde 3 anos atrás



90  
Vídeos

0  
Curtidas

0  
Seguindo

0  
Grupos

2  
Canais


9  
Álbuns

✓ Seguir

Mensagem

Culturgest






Algumas ideias sobre ideias de teatro co...  
2 dias atrás



Algumas ideias sobre ideias de teatro co...  
1 semana atrás



Conversa com Hélia Correia.wmv  
5 meses atrás



LANÇA O TEU PÃO...4 B  
5 meses atrás

## **Anexo XI - Entrevista a Rodrigo Carreiro**

Q- O papel do crítico tem vindo a perder alguma preponderância nas últimas décadas, com o foco do jornalismo cultural a ser cada vez mais a divulgação da agenda cultural em vez do debate em redor da cultura. O que causou esta mudança? Quando é que se começa a notar esta falta de "importância" e espaço para a crítica?

R- Bom, a minha dissertação de mestrado versa justamente sobre esse tema. A pesquisa tinha como objetivo investigar o papel da Internet nas mudanças enfrentadas pela crítica, vista pelo menos desde o começo dos anos 2000 como um setor em crise no jornalismo. Mas, à medida que lia e pesquisava mais e mais sobre o assunto, comecei a me dar conta de que a crise da crítica, na verdade, era muito mais antiga. Na minha opinião, é possível rastrear o ovo da serpente (os primeiros sinais de crise) a partir do surgimento dos tablóides sensacionalistas, no final do século XIX. Porque, até então, a crítica era basicamente o modelo principal de jornalismo. Essa época viu os primórdios da imprensa marrom, e os jornalistas insatisfeitos com esse tipo de jornalismo sensacionalista acabaram gerando, já no século XX, um modelo de jornalismo de serviço, mais neutro, sem opinião, baseado num relato pretensamente objetivo. Encurralada entre esses dois modelos de jornalismo, a crítica foi sendo empurrada para ocupar cada vez menos espaço dentro dos jornais, revistas e da mídia eletrônica. Eu diria que essa crise da crítica se tornou mais aguda a partir dos anos 1960, e explodiu nos anos 1980. Dito isso, acredito que as características tecnológicas da Internet proporcionaram um espaço discursivo interessante para o florescimento de uma nova crítica, menos baseada na imprensa e mais na blogosfera e nas redes sociais. Então hoje, em termos de imprensa clássica, a crítica realmente está segregada a um espaço limitado e desimportante. Mas ela sobrevive na academia e na Internet.

Q- A noção do que é considerado cultura mudou bastante nos últimos anos, aproximando cada vez mais a cultura de massas com a cultura erudita e o mainstream com o underground. Acha que o papel do crítico é compatível com esta visão alargada da cultura, e, consequentemente, do jornalismo cultural? Ou, por outro lado, acredita que o jornalismo cultural e a crítica pretendem profundidades diferentes e por isso pertencem a realidades distintas?

R - Concorde com o raciocínio e acho, sim, que o papel do crítico é perfeitamente compatível com a noção da cultura como lógica do capitalismo tardio, parafraseando Fredric Jameson. Mas também acho importante assinalar que, a meu ver, existem diferentes modelos de crítica. Há uma crítica mais ligeira, mais superficial, mais sintética, que se aproxima mesmo da ideia de guia de serviços/agenda cultural, e é essa crítica que encontra algum espaço ainda na mídia mais tradicional, e na imprensa. Porém, a crítica cultural mais densa, mais abalizada, mais refinada e mais próxima de sua função estética original (penso nos escritos de Terry Eagleton quando digo isso) não tem espaço dentro do jornalismo cultural. Pertence a uma outra dimensão da esfera pública. Ela está na academia, nas publicações acadêmicas, no segmento literário dedicado à pesquisa dentro das universidades. Ainda se faz esse tipo de crítica menos apegada ao agendamento jornalístico, mas ela tem uma visibilidade limitada e circunscrita a um grupo de pessoas bastante reduzido.

Q- Os blogues especializados vieram, de certa forma, substituir parte do papel da crítica nos *media* mainstream. Acredita que a crítica, enquanto gênero jornalístico responsável pelo debate e pela resistência cultural, pode sobreviver no ciberespaço, uma vez que o seu espaço nos *media* tradicionais é cada vez mais reduzido? Que papel pode vir a ter a internet e o jornalismo online na redefinição do papel do crítico de artes num futuro próximo?

R- Não tenho a menor dúvida de que o lugar mais adequado para a crítica cultural séria, hoje, é o ciberespaço. De fato, acredito que a melhor crítica existente na atualidade provavelmente está espalhada em blogs e websites mantidos por pesquisadores diletantes, muitos deles amadores, pessoas profundamente apaixonadas pela crítica, que a encaram seriamente e a praticamente sem encará-la como uma atividade necessariamente lucrativa. De minha parte, posso dizer que a crítica jornalística não me interessa mais - eu realmente não acompanho nenhum crítico, nenhum veículo de imprensa, nada. Os textos que se pode ler nesses locos, e que levam o nome de "crítica", são tão semelhantes que parecem ter sido escritos pela mesma pessoa. Felizmente, há uma quantidade expressiva de blogs, de fóruns e grupos encontráveis em redes sociais, e também de publicações acadêmicas (que, com a Internet, puderam ganhar muito mais circulação), que mantêm viva a função de resistência social da crítica. O ponto negativo disso tudo é a falta de visibilidade real, pois é difícil que pessoas interessadas saibam exatamente onde procurar para encontrar essa boa crítica - a Internet é um oceano

vasto demais. Mas, com um pouco de esforço, as pessoas que estiverem procurando acabarão encontrando a boa crítica.

## Anexo XII - Entrevista a Carlos Natálio

Q - Na relação que tens com a Culturgest, que importância tem o *press-release* e restante informação disponibilizada pelo gabinete de imprensa na elaboração de um texto jornalístico, independentemente do género?

R - Apenas posso falar-te do ponto de vista pessoal que é o de alguém que não é jornalista e que apenas elabora textos críticos. Neste contexto creio que os press releases são úteis a dois níveis: ao nível da obtenção de informação que depois irá ser divulgada numa frase ou duas (não mais) nas redes sociais, com o respectivo link para o evento. Em segundo lugar, na composição do texto crítico, ele ajuda sobretudo na obtenção (em alguns casos lembrança) de alguns dados factuais (intérpretes, contexto, notas de intenções, notas de produção) que se integrarão no todo que será o texto crítico.

Q - Como decides, para o À Pala de Walsh, que relevância dar a cada evento? Isto numa altura em que a concorrência entre as instituições culturais é feroz e a agenda cultural é tão preenchida, como é feita a decisão do que cobrir e do que deixar de fora?

R - Como não somos um órgão oficial de comunicação social (ninguém recebe, infelizmente, um cêntimo pelo trabalho que desenvolve) o critério só pode passar por dois factores. O primeiro é o interesse pessoal que um dos membros do site tenha num particular evento e que o faça ter vontade de escrever sobre ele. Em segundo lugar é o critério da relevância cultural. No caso do cinema, ele prende-se sobretudo com a proposta (de ciclo, de evento, com a presença de determinados cineastas) que poderão justificar um destaque maior. Em resumo, ambos os critérios são profundamente subjectivos que é aquilo que temos a ganhar com a liberdade de sermos um site dito “amador”, isto é, sem uma agenda ou propósito de equidade entre eventos.

Q - O papel do crítico tem vindo a perder alguma preponderância nas últimas décadas, com o foco do jornalismo cultural a ser cada vez mais a divulgação da agenda cultural em vez do debate em redor da cultura. Para ti o que causou esta mudança? Como é que um crítico lida com estas alterações?



R - Esta é uma questão particularmente complexa. Penso que o que motivou a mudança foram sobretudo dois factores. Primeiro o sistema analógico (papel) da comunicação social, ao integrar-se numa lógica neoliberal de concorrência, acabou com os artigos críticos de fundo, tendo apenas espaço para a divulgação, isto é, artigos que possam ter uma espécie de contrapartida publicitária. A crítica, que deve ser como dizia Baudelaire, “parcial, apaixonada, política”, não se enquadra neste esquema “lucrativo”. Por isso ela migrou para os espaços da internet, blogues, sites amadores, espaços sem a pressão de uma lei de concorrência económica. O segundo facto é de ordem política e filosófica. A lenta evolução do sujeito como detentor da sua própria vida, viu na internet um “aparato” onde pode satisfazer as suas ilusões de igualdade e participação. Ora, a crítica, como prolongamento de um sistema de ensino que necessita de lugares de hierarquia para sobreviver, sente-se ameaçada com esta horizontalidade de todas as vozes. Toda a gente pode escrever, expressar-se, ser “crítico” (ainda para mais no caso do cinema, uma arte popular, que passa pelos olhos de toda a gente, toda a gente tem uma opinião).

Como lido com isto? Vivemos numa época onde toda a informação e opiniões estão disponíveis e por isso o desafio é a filtragem. Isto é, precisamos como nunca de pensamento crítico como “bússola” de uma paisagem de liberdade. Assim sendo o leitor de crítica precisa de exercer um esforço maior de encontrar as vozes que merecem a sua atenção. Por outro lado, ao contrário do crítico de papel (cuja autoridade era paredes meias constituída pelo conteúdo do que escrevia e pelo papel institucional que desempenhava) o crítico digital só tem o que escreve como sua arma de destaque. Isso claro e a forma como consegue jogar o jogo das redes sociais, mas essa é uma questão adjectiva que deveria separar-se no conteúdo dos textos.

Q - A noção do que é considerado cultura mudou bastante nos últimos anos, aproximando cada vez mais a cultura de massas com a cultura erudita e o lazer e o entretenimento. Achas que o papel do crítico é compatível com esta visão alargada da cultura, e, consequentemente, do jornalismo cultural? Ou, por outro lado, acreditas que o jornalismo cultural e a crítica pretendem profundidades diferentes e por isso pertencem a realidades distintas?

R - Fundamentalmente penso que a distinção não está numa suposta junção entre cultura de massas, cultura erudita. Até porque essa junção é aparente. O que é equiparável são os meios de acesso. Agora quem vê 5 minutos do Falstaff não é necessariamente um erudito ou viceversa. Isto é, dá-se a ilusão de que todos sabem tudo mas a um nível wikipedia mas

continua a dar-se a distinção ao nível dos textos, isto é, das mentes que o produzem. Por isso, penso que o jornalismo cultural, como obedece às tais lógicas de lucro muito precisas não procura pensar/filtrar/interpretar uma obra. Isso, posto de forma muito prosaica, “não dá dinheiro a ninguém” mas "isso" é o papel da crítica. Agora, dito isto, a crítica deve ter um grau de envolvimento (não tanto de profundidade mas de envolvimento com as obras, com o mundo) que não deve variar seja Quim Barreiros seja Bach. Os objectivos é que são diferentes...

Q -Os blogues especializados vieram, de certa forma, substituir parte do papel da crítica nos *media* mainstream. Acreditas que a crítica, enquanto género jornalístico responsável pelo debate e pela resistência cultural, pode sobreviver no ciberespaço, uma vez que o seu espaço nos *media* tradicionais é cada vez mais reduzido? Que papel pode vir a ter a internet e o jornalismo online na redefinição do papel do crítico de artes num futuro próximo?

R - Bom, penso que há aqui várias dimensões. O digital permite a existência da crítica como nicho. Enquanto não se encontrar para a crítica um sistema semelhante ao das artes subsidiadas (que deveria estar além da noção de lucro) ele não poderá existir nos *media* tradicionais mesmo na sua versão digital. Ela vai sobrevivendo é nesta lógica dos blogues, dos amadores que resistem à dimensão comercial. Poderão elas sobreviver sem os seus membros serem pagos? Se calhar sim, mas de forma pontual e cíclica, consoante a boa vontade das pessoas...

Por outro lado, a crítica de cinema, ela própria vive várias mutações. Por um lado, ela assiste a uma compressão do seu conteúdo. Por exemplo as críticas, impressões, no facebook // twitter, algumas, friso algumas, tentam manter um certo grau de profundidade em poucos caracteres. Em muitos casos, mesmo neste short format elas conseguem fazer mais o trabalho que fazia a “crítica tradicional” do que os longos trabalhos de jornalismo cultural nos *media mainstream*, muitas vezes, textos de carácter descritivo e promocional... Por outro lado, a crítica também muda de suporte lentamente no caso do cinema. São os casos dos ensaios audiovisuais onde se produz pensamento sobre as imagens, com o trabalho directo sobre elas, sobre a sua materialidade.

Regra geral a crítica encontra-se ameaçada e isso é um sinal assustador pois com o declínio dela vem a queda de todo o pensamento crítico, isto é, da razão questionadora no ser humano. Uma sociedade acrítica é uma sociedade ignorante que tudo aceita, sem protestar. Por isso é

fundamental criar sistemas (ilhas) à margem das paisagens da total eficiência e maximização de recursos, para permitir que os espaços da crítica existam e façam o seu trabalho: de filtrar informação, de ajudar a instruir, de formar o olhar e o gosto e a exigência de toda uma sociedade.

### Anexo XIII - Entrevista a Mário Lopes

Q- Na relação que tem com a Culturgest, que importância tem o *press-release* e restante informação disponibilizada pelo gabinete de imprensa na elaboração de um texto jornalístico, independentemente do género?

R- Tal como acontece nos *press-releases* das restantes instituições, os da Culturgest são importantes pela contextualização que oferecem. Neste caso específico, trata-se de textos que cumprem realmente essa função. Claro que, para a elaboração do texto jornalístico, a sua importância é marginal. No caso de abordarem músicos ou outros artistas desconhecidos do jornalista, por exemplo, servem de ponto de partida para a investigação, não para o trabalho jornalístico propriamente dito. De resto, nem poderia (deveria) ser de outra maneira, dada a natureza e objectivos diferentes dos dois trabalhos, o jornalístico e o da elaboração de um *press-release*.

Q- A sua abordagem ao jornalismo muda consoante o meio para onde escreve, ou seja, para o online, ou para a imprensa escrita?

R - A tendência natural seria fazer uma distinção, tendo em conta a resposta rápida e, normalmente, os textos mais curtos, que o online contempla, e o trabalho mais maturado, burilado e reflectivo que se associa ao trabalho para o papel. A verdade, porém, é que essa diferença, com a sobreposição dos dois formatos e a convivência entre ambos de forma quase indistinta (o Público, por exemplo, tem toda a sua edição em papel disponível no online), tende a esbater-se cada vez mais. Hoje, e como sempre havia sido, é a natureza dos textos (uma breve, uma entrevista, uma crítica, uma reportagem) que estabelece a distinção, não o formato em que estes são apresentados ao leitor.

Q- Falando agora sobre o online; para o jornalista, que importância assumem as inovações tornadas possíveis pela internet, como a hiperligação, o vídeo/som/grafismo, para compor uma peça?

R- São ferramentas indispensáveis actualmente. Porque tal é exigido pela evolução tecnológica e pelo leitor que convive diariamente com ela e que, no caso das gerações mais novas, já não conhece outra realidade. Do ponto de vista estritamente jornalístico são,

obviamente, ferramentas que enriquecem o trabalho, oferecendo outras camadas de leitura e um contexto mais abrangente.

Q- Como decide que relevância dar a cada evento? Isto numa altura em que a concorrência entre as instituições culturais é feroz e a agenda cultural é tão preenchida, como é feita a decisão do que cobrir e do que deixar de fora?

R - A selecção faz-se da mesma forma de sempre, pelo valor notícia que representa determinado evento ou pela relevância artística/cultural que represente, independentemente do número de pessoas a que se dirige, do género de evento ou do local em que é apresentado. Com a agenda cultural preenchida como nunca antes, o processo faz-se da mesma forma. Aumenta a angústia e a malha da selecção, por ser impossível dar destaque a tudo o que desejaríamos.

Q- O papel do crítico tem vindo a perder alguma preponderância nas últimas décadas, com o foco do jornalismo cultural a ser cada vez mais a divulgação da agenda cultural em vez do debate em redor da cultura. Para si, o que causou esta mudança? Como é que um crítico lida com estas alterações?

R- A multiplicação de vozes no espaço público e a democratização do acesso a esse mesmo espaço, efeito criado pela internet e pela facilidade de criar plataformas de divulgação, crítica e debate, conduziu a que, hoje, o crítico, não tenha o mesmo impacto na área em que se move de outros anos - os críticos de música "superstar", tal como existiam nos Estados Unidos e na Inglaterra dos anos 1960, já não existem. Ainda assim, a verdade é que o trabalho do crítico não se esgotou e que se mantém relevante. Tem uma legitimidade, conferida pelo alcance e prestígio do *media* em que faz o seu trabalho, que o tornam ouvido e seguido pelo público e meio que abordam. Acontece que o "protagonismo" é partilhado com o de toda a imensa massa de informação disponível actualmente e é muito mais posto em causa actualmente que no passado (o que será até positivo). Quanto à forma como isso pode alterar o seu trabalho, bem, não deveria alterar. As circunstâncias podem ter mudado, o objectivo da função, não.

Q- A noção do que é considerado cultura mudou bastante nos últimos anos, aproximando cada vez mais a cultura de massas com a cultura erudita e o mainstream com o underground. Acha que o papel do crítico é compatível com esta visão alargada da cultura, e,

consequentemente, do jornalismo cultural? Ou, por outro lado, acredita que o jornalismo cultural e a crítica pretendem profundidades diferentes e por isso pertencem a realidades distintas?

R- Não só é compatível como é fundamental. O processo de aproximação entre a cultura de massa e a erudita, de resto, não é fenómeno novo. Atravessou grande parte do século XX e surge, agora, de uma forma mais nítida que nunca. Não há qualquer justificação para essa diferença de "profundidades". É perfeitamente possível criar um texto sério e aprofundado sobre o percurso de Quim Barreiros no cenário musical português e no país que foi mudando com ele nos últimos 40 anos, como é fazê-lo sobre uma sitcom pop de grandes audiências ou sobre os novos caminhos do jazz contemporâneo. Nada justifica, a priori, uma hierarquização baseada no que é considerado, em determinado momento, alta e baixa cultura.

Q- Os blogues especializados vieram, de certa forma, substituir parte do papel da crítica nos *media* mainstream. Acredita que a crítica, enquanto género jornalístico responsável pelo debate e pela resistência cultural, pode sobreviver no ciberespaço, uma vez que o seu espaço nos *media* tradicionais é cada vez mais reduzido? Que papel pode vir a ter a internet e o jornalismo online na redefinição do papel do crítico de artes num futuro próximo?

R - Resistirá certamente. O espaço é mais reduzido e a ditadura do imediato parece não a favorecer, mas, da mesma forma que subsistem e crescem alternativas à lógica do texto curto ou do vídeo de título criado para colecionar cliques, privilegiando trabalhos de fundo e um outro tempo de leitura, também me parece óbvio que a crítica, tal como entendemos até aqui, continuará a ser necessária e desejada. Terá é que aprender a conviver e a adaptar-se à novarealidade que existe hoje à sua volta. Mas não foi sempre assim?

#### **Anexo XIV - Entrevista a Eurico de Barros**

Q- Na relação que tem com a Culturgest, que importância tem o *press-release*, e restante informação disponibilizada pelo gabinete de imprensa, na elaboração de um texto jornalístico, independentemente do género?

R- É essencial como material de apoio informativo, e eventualmente, para dar pistas de trabalho.

Q- A sua abordagem ao jornalismo muda consoante o meio para onde escreve, ou seja, para o online, no caso do Observador, ou para a imprensa, na Time Out?

R- É a mesma. Os tempos editoriais é que são completamente diferentes.

Q- Falando agora sobre o online; para o jornalista, que importância assumem as inovações tornadas possíveis pela internet, como a hiperligação, o vídeo/som/grafismo, para compor uma peça?

R- São fundamentais, ao abrirem o espaço de pesquisa de informação e de confirmação de factos e proporcionarem novas formas de apresentação e enriquecimento dos textos.

Q- Como decide que relevância dar a cada evento? Isto numa altura em que a concorrência entre as instituições culturais é feroz e a agenda cultural é tão preenchida, como é feita a decisão do que cobrir e do que deixar de fora?

R- Tomo em consideração a importância, a relevância e a qualidade dos vários eventos, procurando nunca discriminar pela “média” ou pela “vanguarda”, sempre tendo em conta o tempo que vão permanecer em cena ou em cartaz. E faço uma selecção muito cuidada do que me é proposto. Cada vez mais, fazer jornalismo, cultural ou outro, é fazer escolhas, por vezes muito difíceis e ingratas.

Q- O papel do crítico tem vindo a perder alguma preponderância nas últimas décadas, com o foco do jornalismo cultural a ser cada vez mais a divulgação da agenda cultural em vez do

debate em redor da cultura. Para o Eurico, o que causou esta mudança? Como é que um crítico lida com estas alterações?

R- Tendo em conta que o papel do crítico em Portugal nunca foi particularmente respeitado ou destacado, continuo a trabalhar como sempre trabalhei, procurando ser rigoroso, informativo, exigente e sempre subjectivo nos juízos, seguindo os meus gostos e a minha formação e influências.

Q- A noção do que é considerado cultura mudou bastante nos últimos anos, aproximando cada vez mais a cultura de massas com a cultura erudita e o mainstream com o underground. Acha que o papel do crítico é compatível com esta visão alargada da cultura, e, consequentemente, do jornalismo cultural? Ou, por outro lado, acredita que o jornalismo cultural e a crítica pretendem profundidades diferentes e por isso pertencem a realidades distintas?

R- Acho que é, e cada vez mais, tendo em conta muitas das coisas que hoje passam por ser “cultura”. E acredito que se complementam.

Q- Os blogues especializados vieram, de certa forma, substituir parte do papel da crítica nos *media* mainstream. Acredita que a crítica, enquanto género jornalístico responsável pelo debate e pela resistência cultural, pode sobreviver no ciberespaço, uma vez que o seu espaço nos *media* tradicionais é cada vez mais reduzido? Que papel pode vir a ter a internet e o jornalismo online na redefinição do papel do crítico de artes num futuro próximo?

R- Acho que sim, desde que seja feita seguindo os mesmos princípios praticados nos *media* tradicionais, e não se transforme num exercício de futilidades, de divulgação de factóides, de ‘marketing’ escondido com rabo de fora ou de plataforma para manifestação de fãs.



## Anexo XV - *Press-release* da Festa do Cinema Romeno

Festa do Cinema Romeno

Cinema | 19 a 23 de Novembro | Pequeno Auditório

Preço: 3,50€

FUNDAÇÃO CAIXA GERAL DE DEPÓSITOS  
**Culturgest**

Filipe Folhadela (FUN)

Adic. a circs.

☒ ▼

[Mostrar detalhes](#)

“1. Não há uma ‘Escola Romena de Cinema’, apenas algumas escolas de cinema; 2. Não há “ondas” (velhas ou novas), apenas indivíduos; 3. Não há muitos prémios grandes, apenas alguns (mas a situação está a mudar); 4. Não há dinheiro (exceto para filmes – geralmente- absurdos).”  
Alex Leo Serban, crítico de cinema, a propósito da Mostra Novo Cinema Romeno do IndieLisboa’08



It Can Pass Through the Wall / Trece și prin perete, de Radu Jude

Na última década, poucos cinemas europeus foram tão aclamados pela crítica como o cinema romeno. Apesar da precariedade de meios disponíveis, realizadores como Cristi Puiu, Cristian Mungiu, Corneliu Porumboiu ou Cristian Nemescu venceram prémios em festivais como Cannes, Berlim e Locarno, e mostraram os dramas da Roménia, ainda na ressaca da ditadura comunista, ao resto do mundo. O cinema do país é caracterizado pela abordagem subtil e minimalista ao conflito do indivíduo com a sociedade de consumo atual, sem dispensar o humor negro e uma certa “cara de pau” para expor o ridículo das lutas dos seus protagonistas.

O foco da Festa do Cinema Romeno não está nos nomes mais óbvios acima referidos, mas sim na mais recente geração de realizadores que começa agora a dar nas vistas. Esta mostra será pois uma excelente oportunidade para um primeiro contacto com os novos nomes da cena cinematográfica romena. Serão apresentadas as primeiras obras de jovens e talentosos cineastas como Paul Negoescu, Gabriel Achim, Adrian Sitaru e Laurentiu Calciu. Ainda assim, a Festa não se faz apenas de promessas, mas também de confirmações: Radu Jude, de quem será apresentada uma retrospectiva integral, ainda este ano teve uma Menção Especial em Cannes e é presença habitual nos principais festivais de cinema.

O ciclo começa com *Art e Domestic*, dois filmes de Adrian Sitaru, que estará presente para a abertura. As restantes sessões serão seguidas de Q&A's moderados pelo crítico e curador do ciclo, Andrei Rus.

Em anexo seguem os textos *A diversidade de fórmulas no Novo Cinema Romeno* e *As farsas macabras de Radu Jude* de Andrei Rus e o programa completo da Festa com sinopses dos filmes.

Para pedidos de imagens ou marcação de entrevistas, não hesitem em contactar o Gabinete de Comunicação.

Bom fim de semana!

### ***Press-release : texto***

Festa do Cinema Romeno

Cinema | 19 a 23 de Novembro | Pequeno Auditório

Preço: 3,50€

“1. Não há uma ‘Escola Romena de Cinema’, apenas algumas escolas de cinema; 2. Não há “ondas” (velhas ou novas), apenas indivíduos;

3. Não há muitos prémios grandes, apenas alguns (mas a situação está a mudar); 4. Não há dinheiro (exceto para filmes – geralmente- absurdos).”

Alex Leo Serban, crítico de cinema, a propósito da Mostra Novo Cinema Romeno do IndieLisboa’08

Na última década, poucos cinemas europeus foram tão aclamados pela crítica como o cinema romeno. Apesar da precariedade de meios disponíveis, realizadores como Cristi Puiu, Cristian Mungiu, Corneliu Porumboiu ou Cristian Nemescu venceram prémios em festivais como Cannes, Berlim e Locarno, e mostraram os dramas da Roménia, ainda na ressaca da ditadura comunista, ao resto do mundo. O cinema do país é caracterizado pela abordagem subtil e minimalista ao conflito do indivíduo com a sociedade de consumo atual, sem dispensar o humor negro e uma certa “cara de pau” para expor o ridículo das lutas dos seus protagonistas.

O foco da Festa do Cinema Romeno não está nos nomes mais óbvios acima referidos, mas sim na mais recente geração de realizadores que começa agora a dar nas vistas. Esta mostra será pois uma excelente oportunidade para um primeiro contacto com os novos nomes da cena cinematográfica romena. Serão apresentadas as primeiras obras de jovens e talentosos cineastas como Paul Negoescu, Gabriel Achim, Adrian Sitaru e Laurentiu Calciu. Ainda assim, a Festa não se faz apenas de promessas, mas também de confirmações: Radu Jude, de quem será apresentada uma retrospectiva integral, ainda este ano teve uma Menção Especial em Cannes e é presença habitual nos principais festivais de cinema.

O ciclo começa com *Art e Domestic*, dois filmes de Adrian Sitaru, que estará presente para a abertura. As restantes sessões serão seguidas de Q&A’s moderados pelo crítico e curador do ciclo, Andrei Rus.

Em anexo seguem os textos *A diversidade de fórmulas no Novo Cinema Romeno* e *As farsas macabras de Radu Jude* de Andrei Rus e o programa completo da Festa com sinopses dos filmes.

Para pedidos de imagens ou marcação de entrevistas, não hesitem em contactar o Gabinete de Comunicação.

Bom fim de semana!

## **Anexo XVI - Textos de Apoio ao *press-release* da Festa do Cinema Romeno**

### **A diversidade de fórmulas no Novo Cinema Romeno**

por Andrei Rus

translated by Teodora Lascu

Se procurássemos um período que tivesse reemergido obsessivamente na maioria dos filmes do Novo Cinema Romeno (a partir dos anos 2000), seria o da era comunista, especificamente os últimos anos da ditadura de Nicolae Ceaușescu. É natural, sendo que quase metade da história da existência da Roménia se desenrolou sob o regime ditatorial. Contudo, o público nacional tem vindo a cansar-se deste facto e isso nota-se facilmente no decrescente interesse manifestado nas produções que focam assuntos relacionados com o comunismo. Por esta razão, os realizadores também começam a afastar-se destes assuntos e a redireccionar a sua atenção ou para um passado romeno mais distante, ou para o presente.

Uma das poucas ficções dos últimos anos dedicadas ao comunismo, *Adalbert's Dream* (*Visul lui Adalbert*), a primeira longa metragem de Gabriel Achim, passa-se no mais horrendo período do regime de Ceaușescu e posiciona-se na ténue fronteira entre o realismo absurdo e o surrealismo cómico. O registo do realizador é difícil de interpretar (apenas) como um mero comentário independente do período em questão, embora esta hipótese seja quase impossível de excluir. Não é inteiramente sustentável uma vez que vários elementos do enredo induzem em erro, contradizendo o pensamento lógico, provenientes apenas de uma espécie de consciência colectiva de difícil acesso. Não existem muitos filmes romenos recentes que se prestem a um significado psicológico da sociedade e menos ainda os que parecem querer brincar com a mente dos espectadores, ao ponto de os confundir sobre o processo que precisam de seguir a fim de decodificar os subtextos.

Outro filme que prefere evocar um evento próximo ao comunismo – nomeadamente a queda da ditadura e a instauração da democracia – é o documentário de Laurențiu Calciu, *After the Revolution* (*După revoluție*), a mais emocionante longa metragem romena de não-ficção desde *The Autobiography of Nicolae Ceaușescu* (*Autobiografia lui Nicolae Ceaușescu*, 2010, Andrei Ujică) que, em termos de contexto mostrado no ecrã, representa uma espécie de

sequela do filme de Andrei Ujică. Uns meses depois da revolução de Dezembro de 1989, foram organizadas as primeiras eleições livres na Roménia, depois de quatro décadas de comunismo. Os dois principais candidatos foram Ion Iliescu, um antigo acólito do ditador romeno Nicolae Ceaușescu e um dos líderes da revolução, e Ion Rațiu, ex-refugiado político que acabara de regressar ao país. As imagens que Calciu gravou durante aqueles dias, editadas vinte anos depois, estão mais aptas do que qualquer outro filme a recuperar uma época de emocionante libertação mas também de inocência social posterior ao comunismo. A maior parte das atitudes políticas e sociais que se basearam no contexto pós-democracia romena de 1989 podem ser encontradas aqui, tanto nas palavras de ordem entoadas pela multidão que apoiavam os candidatos, como nos discursos de ambos.

*The Japanese Dog* (Câinele japonez), a primeira longa metragem do jovem realizador Tudor Cristian Jurgiu, também é conclusiva num amplo fenómeno gerado por um período muito extenso de transição económica do pós-revolução: a emigração massiva e a desertificação das áreas rurais da Roménia. Contudo, o realizador não se foca nos contextos políticos mas prefere, sim, sublinhar uma história particular sobre o reencontro entre um pai, protagonizado pelo mítico actor romeno Victor Rebengiuc, e um filho que emigrou, afastados há muito tempo. Jurgiu entrega uma mise-en-scène que potencia a qualidade reflexiva da narrativa, que parece mais largamente influenciada pelos filmes da Nova Vaga de Taiwan dos anos 80 e 90 (especialmente por Hou Hsiao-hsien) do que pela última década do realismo romeno.

Também Adrian Sitaru, realizador de *Domestic* (a sua terceira longa metragem), a quem muitos críticos associam ao Novo Cinema Romeno, não parece especialmente envolvido nas técnicas realistas dos seus congéneres geracionais. O que é específico em Sitaru é a sua tendência para inserir no discurso dos seus filmes elementos que são inexplicáveis através do poder da razão e para a construção de metáforas, começando sempre com temas sérios mas adornando os seus guiões e a mise-en-scène com mecanismos cómicos. *Domestic* é composto por longos planos, inicialmente bidimensionais na sua aparência, tal como os de uma sitcom, mas que gradualmente se desmaterializam, através de repetitivos inserts oníricos, até que todo o discurso caminhe para o surreal. Tal como a maior parte dos cineastas romenos contemporâneos, Sitaru também parte de uma estética realista, a qual decide esticar ao ponto de conseguir ultrapassar as suas fronteiras e chegar a uma estética ambiental que é difícil de definir.

A Month in Thailand (O lună în Thailanda), a primeira longa metragem de Paul Negoescu é um “vertigo” mais convencional, no qual a classe média jovem da Roménia, se vê finalmente investida de um número de atributos (é questionável se serão verosímeis), tal como a alienação, o desejo de fugir às discotecas e à superficialidade. Por muito modesta que pareça a premissa, a realidade é que o cinema romeno contemporâneo raramente se aventurou longe o suficiente para mostrar as personagens em tenra idade, sendo que os modelos do passado estão mais próximos de serem mistificações idílicas.

No que diz respeito às curtas metragens, há ainda uma maior diversidade. Idle, de Raya al Souliman, lembra o trabalho de Gus van Sant, seguindo um passeio no parque durante uma tarde e a falta de comunicação entre dois adolescentes. Tal como Negoescu, a realizadora apresenta duas personagens que pertencem à classe média, que representam a maioria influente na Roménia, e retrata-as na sua alienação e comportamento conformista. Art (Artă), de Adrian Sitaru é um dos poucos filmes romenos recentes que mostra os bastidores das produções de cinema e o único que parece satirizar certos processos e temas recorrentes do cinema contemporâneo nacional. O discurso do jovem realizador relembra-nos dos manifestos autorais feitos pelos realizadores romenos nos últimos anos, que introduziram na linguagem usual dos cineastas do nosso país várias ideias decorrentes da expressão do eu que o medium do cinema permite. Igualmente, algumas das declarações afirmadas pelo director de casting são comentários dirigidos a certos objectivos comuns da nova geração de realizadores, como o desejo de fazer filmes que tenham sucesso em festivais ou de ganhar um Óscar.

O filme de Mara Trifu, The Japanese Quince Tree (Gutuiul japonez) é um haiku cinematográfico, o que explica os particulares sinais estilísticos particulares do documentário que aponta o foco para o seu sujeito (a história de vida da Sra. Grosu), bem como a sua forma. O facto de não haver corte no interior do plano e de estar relacionado com os eventos mostrados em perspectivas estáticas, envolve o filme num ritmo lento, que parece confirmar a existência presente da protagonista, presa entre memórias da sua juventude e o seu quotidiano, pleno de actividades repetitivas. Ao contrário do formato documental normal The Japanese Quince Tree precisa menos dos pormenores sensacionalistas da vida da protagonista (mesmo que a dada altura ela fale de um aborto e do filho que morreu), e mais de sublinhar a sua importância no quotidiano e no ambiente criado pelos realizadores. No que diz respeito ao sujeito temático, The Japanese Quince Tree assemelha-se a outro documentário, realizado

por Iulia Matei, *Nine Lives* (Nouă vieți), que também é um retrato de uma comovente anciã, com a diferença de que esta é olhada com um tom e atitude celebratórios. O vigor da mulher, o seu prazer de viver, até as histórias mais tristes da sua existência são todas apresentadas com candura, num esforço cinematográfico mais orientado para focar a complexidade da protagonista do que das fórmulas estilísticas. Por fim, a mais singular das curtas metragens romenas recentes é *Babai, the Lost Treasure & the Dream Machine* (Babai, comoara pierdută și mașinăria), de Ștefan Munteanu, filme no qual as linhas entre a realidade e a ficção se esbatem e as superstições do passado servem o propósito de dar credibilidade a extravagantes invenções de tendências ocultas.

Ainda assim, talvez a maior descoberta do cinema romeno recente seja a versão não-censurada do filme realizado por Iosif Demian no início dos anos 80. *Rainbow Balloons* (Baloane de curcubeu) foi mostrado na Roménia – sem grande sucesso – numa versão impossível de ver, manipulada pelos censores comunistas, assustados com o absurdo sentido de humor da história concebida pelo realizador. A versão original – o director's cut - foi mostrada pela primeira vez apenas o ano passado, um quarto de século depois da sua estreia. Irão certamente apreciar esta rara oportunidade de conhecer um filme que, embora não possa ter influenciado os realizadores romenos recentes, uma vez que não tinham acesso ao mesmo, parece ser o grande precursor de várias fórmulas narrativas e formais, tal como as preferidas de Corneliu Porumboiu ou Radu Jude, sendo até mais divertido e livre que estes.

## **Anexo XVII - Textos de Apoio ao *press-release* da Festa do Cinema Romeno**

### **Sinopse e ficha técnica**

#### **Artă (Art)**

Sessão: 19 de Novembro - 21h30

Realizador: Adrian Sitaru

Roménia

2014 - 19'

Produção: Anamaria Antoci

Argumento: Adrian Sitaru

Fotografia: Adrian Silişteanu

Som: Adrian Pacuraru

Montagem: Andrei Gorgan

Com: Emanuel Parvu, Andrei Rus, Ioana Abur, Iulia Crisan

Sinopse:

Anca tem 14 anos e vai a um casting de um filme acompanhada pela mãe. Enquanto o realizador e o produtor tentam convencer a mãe a deixá-la protagonizar o filme, no qual terá de simular um acto sexual, aproveitamos para reflectir sobre os limites da exploração em nome da arte.

#### **Domestic**

Sessão: 19 de Novembro - 21h30

Realizador: Adrian Sitaru

Roménia

2012 - 85'

Produção: Monica Lăzurean-Gorgan / 4 Proof Film



Argumento: Adrian Sitaru

Fotografia: Adrian Silișteanu

Som: Tamás Zányi, Gábor Balázs

Montagem: Andrei Gorgan, Adrian Sitaru

Com: Adrian Titieni, Gheorghe Ifrim, Sergiu Costache, Clara Vodă, Ioana Flora, Dan Hurdac, Ariadna Titieni

Sinopse:

Muitas vezes, os animais de estimação tornam-se no primeiro contacto que as crianças têm com a perda. Muitas vezes, são também um tudo-nada bizarros, tal como as mais variadas formas nas quais podem desaparecer das nossas vidas. Domestic desconstrói questões fundamentais com recurso ao absurdo da existência, como um puzzle mágico que só conseguimos montar depois de receber a última peça.

### **Nouă vieți (Nine Lives)**

Sessão: 20 de Novembro - 18h45

Realizador: Iulia Matei

Roménia

2013 - 18'

Produção: Iulia Matei, Babes-Bolyai University

Fotografia: Razvan Chirila, Iulia Matei

Som: Claudiu Bizau, Vlad Vlad Voinescu

Montagem: Iulia Matei

Sinopse:

Alexandra é uma singular octogenária que partilha o seu apartamento em Bucareste com os três gatos, o televisor e o telefone. As suas nove vidas materializam-se numa alegre e estridente voz que partilha, sem filtros (com as pessoas que lhe telefonam, que a visitam e com a câmara), as suas opiniões sobre a vida em geral e a vida dos outros.

### **După revoluție (After the Revolution)**

Sessão: 20 de Novembro - 18h45

Realizador: Laurențiu Calciu

Roménia

2010 - 83'

Produção: Reel Films

Fotografia: Laurențiu Calciu

Montagem: Laurențiu Calciu

Sinopse:

Laurențiu Calciu, um curioso por natureza, pegou na câmara de filmar e foi para as ruas de Bucareste atrás da revolução, em 1989. O resultado - o que ele viu - está neste filme: a população discute furiosamente, por vezes de forma menos coerente, qual será o futuro da Roménia. Não há outro documento sobre este marco da história romena (feito conseguido através de um realizador quase invisível) que consiga chegar tão perto das caras, dos sentimentos, do coração da revolução.

### **Trece și prin perete (It Can Pass Through the Wall)**

Sessão: 20 de Novembro - 21h30

Realizador: Radu Jude

Roménia

2014 - 17'

Produção: Radu Jude, Ada Solomon

Argumento: Radu Jude

Fotografia: Marius Panduru

Som: Dana Bunescu

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Sofia Nicolaescu, Ion Arcudeanu, Marcel Horobet, Gabriel Spahiu, Alecu Jude

Sinopse:

“Tenho medo, avô! Ouviste aquilo? São as pessoas a chorar, disse ele. Têm saudades da pessoa que morreu, por isso é que estão a chorar.”

(In “The Coach House”, A.P. Tchekhov)

### **Cea mai fericită fată din lume (The Happiest Girl in the World)**

Sessão: 20 de Novembro - 21h30

Realizador: Radu Jude

Roménia

2009 - 100’

Produção: Hi Film Productions

Argumento: Radu Jude, Augustina Stanciu

Fotografia: Marius Panduru

Som: Titi Fleancu

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Andreea Bosneag, Doru Catanescu, Alexandru Georgescu, Diana Gheorghian, Violeta Haret, Bogdan Marhodin, Vasile Muraru

Sinopse:

A rapariga mais feliz do mundo não está muito contente. Para ficar com o carro de luxo que ganhou num concurso tem de ir a Bucareste gravar um anúncio a agradecer ao patrocinador. À sua volta, também não há muita alegria: os pais querem vender o carro para começar um negócio que lhe pagará a faculdade e tentam convencê-la com chantagem emocional. O realizador queixa-se que ela não está feliz nem interessada em parecê-lo. No meio de tudo isto, do alto da sua adolescência, tudo o que Delia quer é ficar com o carro que ganhou, o

carro que é seu por direito. Com a mestria que lhe é habitual, Radu Jude envolve o tédio adolescente num mordaz papel de embrulho que esconde um presente hilariante.

### **Gutuiul japonez (The Japanese Quince Tree)**

Sessão: 21 de Novembro - 18h45

Realizador: Mara Trifu

Roménia

2012 - 21'

Produção: Aristoteles Workshop Production

Fotografia: Radu Gorgos

Montagem: Paula Onet

Sinopse:

Clotilda Grosu tem 90 anos e é a protagonista deste belíssimo haiku. Se deixarmos, Clotilda terá todo o prazer em partilhar a sua vasta experiência. Tal como uma árvore adulta, reúne em si a sabedoria de quem observou ao pormenor tudo o que esteve, e está, ao seu alcance.

### **Câinele japonez (The Japanese Dog)**

Sessão: 21 de Novembro - 18h45

Realizador: Tudor Cristian Jurgiu

Roménia

2013 - 86'

Produção: Tudor Giurgiu, Bogdan Craciun

Argumento: Ioan Antoci, Tudor Cristian Jurgiu

Fotografia: Andrei Butica

Som: Vlad Voinescu, Flip Muresan

Montagem: Dragos Apetri

Com: Victor Rebengiuc, Serban Pavlu, Laurentiu Lazar, Kana Hashimoto, Toma Hashimoto, Iona Abur, Alexandrina Halic, Toma Cuzin

Sinopse:

Costache perdeu a mulher e todos os bens que possuía quando a sua aldeia foi devastada pelas cheias. Agora, vê-se obrigado a recomeçar. Não só terá de reconstruir a casa como o que sobrou da sua família.

### **Alexandra**

Sessão: 21 de Novembro - 21h30

Realizador: Radu Jude

Roméia

2007 - 24'

Produção: Radu Jude, Ada Solomon

Argumento: Andrei Butica, Radu Jude, Augustina Stanciu

Fotografia: Andrei Butica

Som: Dana Bunescu, Marius Constantin

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Alexandra Pascu, Gabriel Spahiu, Oana Ioachim, Cristina Ivan, Mimi Branescu, Marcel Hodrescu

Sinopse:

Tavi quer saber porque é que a filha já não o chama de “papá”. Nem a mãe, nem o padrasto da miúda parecem levar a questão muito a sério. A filha, Alexandra, só está interessada em descobrir quem foi a primeira pessoa a proferir uma determinada palavra e de onde vêm os nomes.

## **Toată lumea din familia noastră (Everybody in Our Family)**

Sessão: 21 de Novembro - 21h30

Realizador: Radu Jude

Roménia

2012 - 108'

Produção: HiFilm Productions (Ada Solomon), co-producers: Circe Films, Abis Studio

Argumento: Vlad Trandafir, Paul Negoescu

Fotografia: Andrei Butica

Som: Simone Galavazi, Dana Bunescu

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Serban Pavlu, Sofia Nicolaescu, Mihaela Sirbu, Gabriel Spahiu, Tamara

Buciuceanu-Botez, Stela Popescu, Alexandru Arsinel

Sinopse:

A família não necessita de histórias, precisa apenas de ser observada, como o faz de forma exemplar Radu Jude. O que poderia ser um início de férias feliz transforma-se num terrível pesadelo para um pai que só quer estar com a sua filha, de quem vive separado, por força do divórcio. A espiral de violência que o filme propõe é conscientemente usada pelo realizador através de planos apertados e câmara à mão, criando um huis-clos no qual o espectador se sente tão preso como o personagem. E se acham que os filmes servem apenas para contar histórias extraordinárias, olhem para dentro da vossa casa.

## **Dimineața (In the Morning)**

Sessão: 22 de Novembro - 18h30

Realizador: Radu Jude

Roménia

2007 – 28'

Produção: Ada Solomon

Argumento: Andrei Butica, Radu Jude

Fotografia: Andrei Butica

Som: Andi Arsenie, Gelu Costache

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Sorin-Hroni Godi, Oana Ioachim, Irina Saulescu, Gabriel Spahiu, Andi Vasluianu

Sinopse:

Um taxista tem de levar uma cliente nada fácil de Jilava a Bucareste. Pelo meio, o mundo exige demasiada urgência nos seus desígnios e todos parecem interferir no cumprimento desta missão.

Lampa cu căciulă (The Tube with a Hat)

Sessão: 22 de Novembro - 18h30

Realizador: Radu Jude

Roméia

2006 - 24'

Produção: Ada Solomon

Argumento: Florin Lăzărescu

Fotografia: Marius Panduru

Som: Gelu Costache

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Gabriel Spahiu, Marian Bratu, Natalia Calin

Sinopse:

Marian, um rapazinho de sete anos, está seriamente empenhado em mandar arranjar o televisor avariado, custe o que custar. Acorda o pai, de madrugada, e juntos carregam o pesadíssimo aparelho numa pequena epopeia até à casa do homem que os poderá ajudar. Entretanto, espera-os ainda um longo caminho de volta.

## **Film pentru prieteni (A Film for Friends)**

Sessão: 22 de Novembro - 18h30

Realizador: Radu Jude

Roménia

2011 - 58'

Produção: Radu Jude

Argumento: Radu Jude

Fotografia: Andrei Butica

Som: Vlad Voinescu, Filip Muresan

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Gabriel Spahiu, Serban Pavlu, Lucia Maier, Marian Bratu, Aurelia Achim, Silviu Geamanu, Alexandru Spahiu, Ovidiu Dunel-Stancu, Paul Cioran

Sinopse:

De frente para a câmara, num incrível plano único, um homem deixa o derradeiro filme para os amigos: está descontente, queixa-se de tudo e todos à sua volta e vai suicidar-se. O que acontece a seguir, embora impróprio para estômagos mais sensíveis, é um belíssimo momento de humor negro. Se há algo que o Novo Cinema Romeno sabe fazer é brincar com a morte, fazendo-nos acreditar que o mais importante é mesmo viver.

## **O umbră de nor (Shadow of a Cloud)**

Sessão: 21 de Novembro - 21h30

Realizador: Radu Jude

Roménia

2013 - 30'

Produção: Ada Solomon



Argumento: Radu Jude

Fotografia: Marius Panduru

Som: Dana Bunescu

Montagem: Catalin Cristutiu

Com: Alexandru Dabija, Olga Taisia Podaru, Serban Pavlu, Mihaela Sirbu

Sinopse:

Num dia de verão, em Bucareste, um padre é chamado para rezar uma extrema-unção mas, com tanto calor, as coisas podem não correr da melhor forma.

### **Baloane de curcubeu (Rainbow Balloons)**

Sessão: 22 de Novembro - 21h30

Realizador: Iosif Demian

Roméia

1982 – 90'

Produção: Vasilica Istrate

Argumento: Fanus Neagu

Fotografia: Valentin Popescu

Som: Daniel Russu

Montagem: Anca Dobrescu

Com: Anton Aftenie, Marcela Andrei, László Botka, Magda Catone, Dorel Vișan, Mitica Iancu, Ágnes Kakassy

Sinopse:

A fábrica vende pregos tortos, a mulher do presidente da cooperativa agrícola desaparece do lado do marido e estamos numa aldeia romena dos anos 80. Toda a população quer fazer festinhas ao gato e ninguém sai sem um arranhão.

## **Babai, comoara pierdută și mașinăria (Babai, the Lost Treasure & the Dream Machine)**

Sessão: 23 de Novembro - 15h45

Realizador: Ștefan Munteanu

Roménia

2012 - 27'

Produção: Ada Solomon

Argumento: Ștefan Munteanu

Fotografia: Diana Vidrascu

Som: Radu Stancu

Montagem: Ștefan Munteanu

Sinopse:

O que é real ou não, não é necessariamente importante no filme de Ștefan Munteanu.

Foquemo-nos no principal: Babai convence o neto que a sua maior invenção, uma máquina capaz de fotografar os sonhos, está prestes a ser terminada. O prémio é inimaginável.

## **Visul lui Adalbert (Adalbert's Dream)**

Sessão: 23 de Novembro - 15h45

Realizador: Gabriel Achim

Roménia

2011 - 101'

Produção: Green Film, 4 Proof Film

Argumento: Gabriel Achim, Cosmin Manolache

Fotografia: George Chiper-Lillemark

Som: Dan Stefan Rucareanu, Filip Muresan, Vlad Voinescu

Montagem: Cristian Nicolescu, Stefan Tatu

Com: Gabriel Spahiu, Doru Ana, Ozana Oancea, Anca-Ioana Androne, Alina Berzunțeanu,  
Paul  
Ipate, Mimi Brănescu

Sinopse:

Na televisão, imagens do mais importante evento futebolístico romeno de sempre. A famosa vitória do Steaua de Bucareste contra o Barcelona, na final da Taça dos Campeões, em 1986. É o assunto que domina o filme e sobre qual Julian Ploscaru conversa com a mulher, a amante e o patrão. Visul lui Adalbert é o título que escolhe para o filme amador que realizou sobre a segurança no trabalho - soa bem, é distinto - propaganda que encena um bizarro acidente numa fábrica.

**Idle**

Sessão: 23 de Novembro - 18h30

Realizador: Raia Al Souliman

Roméia

2013 - 24'

Produção: Anca Vlăsceanu / Daniel Drăghici

Argumento: Raia Al Souliman

Fotografia: Andrei Cristian Vlădescu

Som: Thomas Hoffer

Montagem: Mihai Hrincescu

Com: Thomas Hofer, Teona Galgotiu

Sinopse:

Se pudéssemos voltar a viver um dia das nossas vidas, escolheríamos com certeza este. Um rapaz e uma rapariga conhecem-se e não são capazes de se separar mais, até ao fim da noite.

## **O lună în Thailanda (A Month in Thailand)**

Sessão: 23 de Novembro - 18h30

Realizador: Paul Negoescu

Roménia

2012 - 85'

Produção: Hi Film Productions

Argumento: Vlad Trandafir, Paul Negoescu

Fotografia: Andrei Butica

Som: Filip Muresan, Vlad Voinescu

Montagem: Alex Radu

Com: Andrei Mateiu, Ioana Anastasia Anton, Sinziana Nicola, Tudor Aaron Istodor, Raluca

Aprodu, Victoria Răileanu, Ionut Grama, Sabina Posea

Sinopse:

Radu projecta-se na relação com a namorada tal como se vê no jantar da passagem de ano, demasiado acostumado a uma aborrecida existência feita de irritantes intrusões. Se estivesse realmente seguro deste amor, não teria o impulso de voltar para a ex-namorada, mitificando um amor mais apaixonado, ao qual gostaria de regressar.

## **Anexo XVIII - Texto de apoio ao *press-release* da Festa do Cinema Romeno**

### **As farsas macabras de Radu Jude**

Andrei Rus

Contrariamente a outros colegas da sua geração, Radu Jude mostra-se cada vez mais interessado em farsas. Talvez as carreiras de Adrian Sitaru e Corneliu Porumboiu pareçam mais orientadas para uma zona onde as fronteiras entre o grave e o cómico sejam turvas. Porém, os motivos surrealistas inseridos na maioria dos filmes do primeiro realizador – mais ainda porque aparecem geralmente perto do final dos filmes – convidam a interpretações simbólicas, às vezes místicas, dos discursos abordados com facilidade até esse ponto, conferindo-lhes, desta maneira, um peso existencial, afastando-os da aparência frívola das farsas. De igual maneira, os filmes de Porumboiu tornam-se cada vez mais sérios e mais conceptuais do ponto de vista formal, mas mantêm um humor implícito e uma proximidade com a estética do absurdo que os fazem cada vez mais difíceis de assimilar na perspectiva de uma grelha única. Não obstante, com Radu Jude as coisas são um pouco mais claras deste ponto de vista, os elementos contraditórios são salientados e chocam entre eles pelo amor ao espectáculo e com o objectivo de revelar o tema favorito do cineasta – o derrisório humano.

Se as suas primeiras curtas metragens – *The Tube with a Hat* (*Lampa cu căciulă*), de 2006, *In the Morning* (*Dimineața*), de 2007 e *Alexandra*, de 2008 – são “fatias de vida”, que desenvolvem premissas simples e articulam debates filosóficos igualmente restritos, começando com a sua estreia em longa metragem, *The Happiest Girl in the World* (*Cea mai fericită fată din lume*, 2009), o tom unívoco dos filmes muda e as referências temáticas e culturais começam a transformar os discursos de pesquisas estéticas puristas em discursos bastante heterogéneos, apesar da predisposição do cineasta para construir os seus argumentos ao redor de momentos singulares da existência das personagens, ser constante. *The Tube with a Hat* seguia o périplo de um pai e o seu filho pela lama primaveril de uma zona rural da Roménia, desde a sua aldeia até à vila mais próxima, para reparar a lâmpada da televisão a preto e branco da família. Procurando mostrar as particularidades da relação dos dois através do silêncio e dos gestos e não através dos diálogos esparsos, o filme não contém nenhuma mudança de tom, mantendo-se nos limites de um realismo clássico. Todos os elementos usados eram justificáveis através do apelo ao senso comum, sendo o quadro construído, com

certeza comovente mas não necessariamente provocador. *In the Morning* seguia de alguma forma o mesmo padrão de construção da curta metragem anterior, no sentido em que apresentava um episódio curto da vida de duas personagens (um motorista de táxi e uma cliente com problemas amorosos), colocando o foco nos aspectos comportamentais da proximidade amistosa entre ambas. Mais uma vez Radu Jude parecia interessado, em primeiro lugar, em reconstruir com fidelidade a naturalidade da conversa e do encontro dos protagonistas e menos preocupado em encontrar fórmulas estéticas próprias. Não podemos esquecer que o momento de estreia destes dois primeiros filmes coincide com a primeira fase do início do cinema realista da Nova Vaga dos anos 2000, equivalente a uma fuga às figuras estilísticas características das tendências locais anteriores. Falamos sobre o período de alguns anos (desde 2005 – com a estreia do filme *A Morte do Sr. Lazarescu* (*Moartea domnului Lăzărescu*), dirigido por Cristi Puiu, até 2009 – o ano da estreia do filme *Police, Adjective* (*Polițist, Adjectiv*), realizado por Corneliu Porumboiu, em que o valor supremo desejado pelos jovens cineastas romenos era o da simplicidade narrativa do quotidiano e uma acentuada purificação estilística. *Alexandra*, a terceira curta metragem de Jude, também é uma amostra de puro realismo, só que desta vez foram introduzidos alguns elementos marcantes e automaticamente provocadores, tal como os repetidos insultos que os pais de *Alexandra* dizem um ao outro ou as acções radicais do protagonista, como por exemplo, o gesto nervoso de rasgar o vestido pendurado ao lado do cortinado da sala da ex-namorada. Podemos argumentar que, entre as primeiras obras de Radu Jude, *Alexandra* está mais perto de um padrão que não pertence aos géneros destacados anteriormente, como no caso de outros filmes radicais do Novo Cinema Romeno. *The Tube with a Hat* foi filmado de manhã – com todas as implicações de luminosidade e cromática aferentes – enquadrando as personagens na paisagem cinzenta, sem renunciar a uma certa forma de beleza estéril específica do cinema artístico da Europa de Leste (este tipo de estéticas visuais abundam no cinema húngaro e polaco), enquanto *In the Morning*, mesmo sendo menos preocupado com o ponto de vista formal, foi construído até certo ponto numa estrutura de filme romântico americano. Por outro lado, *Alexandra* é difícil de categorizar dentro da tradição narrativa e/ou visual específica, respeitando os rigores do realismo, mas de um realismo modernista, sem âncoras fora das experiências pessoais do seu autor, sendo mais um descendente do realismo auto-referencial do tipo *Viaggio in Italia* (1954, realizado por Roberto Rossellini), do que do tipo *Ladri di biciclette* (1945, realizado por Vittorio De Sica) – que é o caso de *The Tube with a Hat*, onde existem também outras referências ao famoso filme de De Sica.

Começando com a longa metragem *The Happiest Girl in the World* (2009), podemos dizer que o cineasta começava a afastar-se da “limpeza” estética prevista pelo realismo romeno pós *Stuff and Dough* (Marfa și Bani, 2001 realizado por Cristi Puiu), aparecendo o filme simultaneamente com outras acções destinadas à emancipação das leis não escritas, específicas do período incipiente do Novo Cinema Romeno dos anos 2000. É verdade que Corneliu Porumboiu em *Police, Adjective* e Cristi Puiu em *Aurora* (2010) começavam a polemizar, cada um com uma posição diferente, o modelo de realismo para a consolidação do qual eles próprios contribuíram com os seus primeiros filmes. Mas a ambição deles (sobretudo de Puiu, cujos princípios estéticos exemplificados nos filmes *Stuff and Dough* e *A Morte do Sr. Lazarescu* foram adoptados, às vezes sem alterações, pela maioria dos seus colegas de geração) parecia, pelo menos naquela data, descobrir novas matrizes de funcionamento da fase seguinte da Nova – e cada vez mais apreciada – Vaga Romena. Esta aspiração atraía – além das conversas sobre o valor artístico dos filmes – uma gravidade mais acentuada dos filmes, tanto a nível temático, bem como a nível conceptual e tonal. Possivelmente, com poucas excepções – geralmente as vanguardas – os filmes que ao longo do tempo criaram direcções novas nos cinemas nacionais, ou mesmo a nível mundial, têm em comum uma certa seriedade do discurso e um evitar do lúdico. Neste contexto aparecia *The Happiest Girl in the World*, recebido com falta de entusiasmo pela maioria dos críticos romenos que o acusaram – estando familiarizados com os outros filmes de Jude – de não ser mais do que uma curta metragem expandida excessivamente. Esta reserva é fácil de perceber (mas não de validar) porque do ponto de vista dramaturgico o filme é construído de uma maneira semelhante às curtas do cineasta: a acção é compacta e segue algumas horas da existência das personagens. Porém, desta vez, alguns motivos repetem-se sem adicionar algo essencial à narração ou à caracterização dos protagonistas, de onde resulta provavelmente a impressão do prolongamento inútil de uma estrutura simples e simplista, apropriada para uma diegese mais reduzida. Tal observação estaria correcta se o estilo que Radu Jude tivesse usado nessa primeira longa metragem assinalasse que o seu desejo era respeitar os limites puristas do realismo, como nas curtas metragens. Além disso, mesmo desde os primeiros minutos do filme pode ser observada, a nível visual, uma tendência, não justificada do ponto de vista do realismo, de obturar as personagens do primeiro plano da dramaturgia – às vezes por dezenas de segundos, o equivalente a sequências inteiras. Desta forma, até mesmo a protagonista Delia Frățilă, uma adolescente de Geoagiu-Băi, vencedora de um carro num sorteio de etiquetas de garrafas de um sumo com gás, acabada de chegar à capital com os seus pais para levantar o prémio e para participar na rodagem de um anúncio promocional para a

respectiva marca de bebidas, é “vítima” destas técnicas estilísticas, sendo ela surpreendida directamente no quadro, sem quaisquer outros centros de atenção para os espectadores, ou parcialmente ou completamente tapada por outras personagens insignificantes a nível dramático, ou mesmo por variados adereços (como na grande sequência da conversa com a sua mãe na caravana). Além disso, em termos de montagem, entre cortes que assinalam a passagem natural de um evento a outro, são inseridos alguns que quebram certas conversas no meio dos diálogos, ou outros que, numa engrenagem estética geralmente tributária ao realismo e então sem pausas entre quadros, interrompem as acções e as conversas segundo princípios mais próximos do cinema americano. Portanto, no caso do filme *The Happiest Girl in the World*, falamos sobre um tipo de eclectismo estilístico singular nesse momento da carreira de Jude. Nestas condições, a associação do plano narrativo com rigores diferentes do que os sugeridos pelos aspectos formais do percurso do cineasta, é errada. Realmente, se nos concentramos agora sobre o muito debatido plano narrativo do filme observamos, por um lado, que a dramaturgia é construída segundo princípios clássicos de continuidade, sendo seleccionado um intervalo curto da existência das personagens (menos de um dia), em que acontecem eventos importantes – embora não substanciais – para o seu futuro (chegam a Bucareste para levantar o carro que ganharam num sorteio, que os vai salvar financeiramente); por outro lado, do ponto de vista sequencial, depois da primeira metade em que os eventos parecem conduzir a uma acumulação emocional e semântica, constatamos que a partir de certo momento não trazem nada de novo, cada momento reiterando informações já conhecidas – referindo-nos seja à relação conflituosa entre os três membros da família Frățilă, à relação entre a protagonista Delia e os membros da equipa de filmagem do anúncio, ou à relação entre os membros da equipa de filmagem e os clientes que financiam o anúncio promocional. Por esta razão, reforçada também pelas réplicas cómicas ou vulgares das personagens (alguns exemplos: “Que malandros que vocês são, caralho!” – o director do anúncio para o resto da equipa de filmagem; “Cheguei a pedir-te favores depois de te criar e limpar a merda do teu rabo!” – o pai de Delia numa das muitas discussões sobre a venda do carro; ou “Eu também gosto de descansar, ninguém gosta de trabalhar.” – também o pai para Delia), o filme deixa a impressão que trata com seriedade dois temas importantes da cinematografia mundial – a relação pais/crianças e a adolescência – e não tenciona nada mais do que ridicularizar os reflexos pedantes do cineasta. A partir deste momento, poderemos encontrar estes paradoxos em todos os outros filmes realizados por Radu Jude até hoje. Por exemplo, a média metragem *A Film for Friends* (*Film pentru prieteni*, 2010), em que um ex-professor de geografia de meia-idade planeia o seu suicídio, declamando um discurso



testamentário frente a uma câmara de vídeo, pensando que assim vai acabar com todos os que lhe falharam neste mundo. Se o tom do protagonista é grave, sendo o momento também assustador, porque tudo é filmado em tempo real, sem cortes de montagem, segundo o método mockumentary, parecendo que a acção vai acabar com o iminente suicídio do protagonista, alguns detalhes denunciam o carácter de farsa do filme. Em primeiro lugar, o protagonista parece bêbado, o que o faz perder o controlo de certas inflexões da sua voz – com efeitos cómicos – e cecear algumas palavras. Depois, as suas formulações como “Eu sou diferente, sou mais sensível. (...) sou um idiota, não tenho carácter”, ou “sou um punheteiro sinistro”, ou “não tenho escrúpulos”, as lamentações repetidas perante as pressupostas injustiças a seu respeito cometidas pelos seus amigos, as referências culturais fazendo alusão aos êxitos musicais como “Um actor apressado”, canção interpretada no anos ’90 por Laura Stoica, ou mesmo o discurso directo para pessoas da equipa do filme (Cătălin Cristuțiu, o montador do *A Film for Friends*, a quem o protagonista pede para lhe ser mostrado o vídeo depois do seu desaparecimento) – todos estes elementos conduzem facilmente para o derrisório, um momento bastante sério e grave. Logo depois de o protagonista falhar a tentativa de se suicidar com um tiro na cabeça, conseguindo apenas ferir-se gravemente, a situação revela verdadeiramente todos os seus aspectos de farsa. O vizinho aparece em calções e pergunta ao protagonista sangrento e que parece um zombie, o que é que lhe aconteceu, em vez de ligar directamente para a ambulância, a vizinha religiosa acende uma vela e tenta rezar, os dois tentam parar a hemorragia com um rolo de papel higiénico, e o sofá do quarto era feito de uma imitação de pele, o que fazia que o sangue escorresse em tiras nojentas na superfície do material sem ser absorvido. São elementos demasiadamente infiltrados no profano para não desconstruir a ideia de sacralidade associada geralmente ao momento solene da morte. Aliás, Radu Jude usa métodos similares nas curtas metragens seguintes *Shadow of a Cloud* (*O umbră de nor*, 2013) e *It Can Pass through the Wall* (*Trece și prin perete*, 2014), apresentando as duas personagens situadas na proximidade da morte. Na primeira, um padre é chamado a casa de uma moribunda para rezar e aliviar-lhe o sofrimento. Pensando que ela vai dar o último suspiro, ele começa a ler uma série de orações para lhe facilitar a passagem para o outro mundo, mas a cunhada, Eugenia, reclama e convence o padre a trocar as orações por umas de recuperação. Depois da morte da doente, a outra mulher acusa o padre de ter apressado a morte dela, invocando as orações erradas. Se esta situação não era suficientemente ridícula, o cineasta recorre a outros momentos que, pelo seu carácter fortemente profano, dessacralizam a morte e ao mesmo tempo aumentam o mistério. Por exemplo, o padre recusa receber uma “doação” de Eugenia, lembrando-a de que não

estão num casamento e que ele não é um empregado, para chegar posteriormente ao serviço de finanças da Igreja Ortodoxa Romena, onde uma das funcionárias se queixa que já não é permitido inserir a palavra “caridade” no programa contabilístico. Depois, voltando ao apartamento da falecida, onde os empregados de uma empresa funerária estão à procura de algodão para tapar os orifícios da morta, o padre pede a um dos empregados para transmitir os seus cumprimentos ao patrão da empresa, que está de férias na Grécia. Assim como em *Film for Friends*, o cineasta constrói, mais uma vez, um mundo dos vivos tocado pelo derisório e povoado por pequenos míseros problemas, aglomerados e apresentados de uma maneira forçada para evidenciar a futilidade ridícula da vida em comparação com a impassibilidade da morte.

Em *It Can Pass through the Wall*, uma adaptação livre de Tchekhov, uma menina passa a noite em casa do seu avô, enquanto no apartamento ao lado, os vizinhos choram a morte de um familiar que se suicidou. De vez em quando ouvem-se através da parede os penosos choros deles, recebidos com aflição pela menina e tratados seja com sarcasmo, seja com pena, pelo avô e pelos amigos com os quais joga gamão. Desta vez a morte é apenas representada sonoramente, o que a faz parecer ainda mais tenebrosa, enquanto as conversas no apartamento do avô são muitas vezes tão triviais que ridicularizam qualquer marca de solenidade do evento. Um amigo cego do avô é a principal fonte de sabedoria da noite, informando os outros que “A vagina é como a chave mestra, abre todas as portas” ou aconselhando a menina Sofia que “Deves ter medo dos vivos, não dos mortos. Os vivos é que te aldrabam”. Depois, conta uma história fantasista sobre uma rapariga que, depois de se suicidar tinha sido – devido às cunhas da mãe – enterrada cristãmente, facto que conduziu à impossibilidade de descanso da sua alma, chorando ela todas as noites debaixo da pedra da sepultura. Por outro lado, são representados o receio e o medo da morte, através de vários comentários que as personagens fazem de vez em quando (como o do cego “Coitado dos mortos”) ou através de superstições como o reflexo de fazer o sinal da cruz ou de rezar. O espectáculo da vida está cheio de contradições e, na visão de Radu Jude, todos os vivos são diferentes dos mortos mesmo por causa desta agitação perpétua que os balança entre o ridículo e o solene. Talvez nenhum dos filmes do cineasta seja mais eloquente neste sentido do que a sua segunda longa metragem, *Everybody in our Family* (*Toată lumea din familia noastră*, 2012), na qual os planos de férias de um dentista chamado Marius são estragados em poucos minutos, porque não consegue controlar as reacções agressivas para com a sua mulher e o novo namorado dela. Desta forma – como também nos outros filmes de Jude depois de

The Happiest Girl in the World, excepto o recente It Can Pass through the Wall – os conflitos, inicialmente abafados, chegam no final a um nível difícil de controlar (de facto, nesse momento ficam completamente fora do controlo, porque Marius chega a atar e violentar os dois “inimigos”). Ao mesmo tempo, o protagonista de Everybody in our Family, um pobre homem aparentemente bem-intencionado, mas com os nervos um pouco perturbados, prova ser capaz de entrar numa situação que se não fosse grave, poderia parecer absurda – tal como nos outros filmes mencionados. Mais uma vez, o ridículo combina com o solene, tanto em relação às réplicas do protagonista, bem como a nível do seu comportamento. Desta forma, ele ou parece ser o mais sensível do mundo, recitando um haiku (“Sem uma criança querida, as flores de cerejeira não têm nenhum cheiro”), ou meditando sobre a morte com a sua pequena filha, Sofia, na sequência do cortejo fúnebre, ou parece um bruto vulgar que insulta os outros com as mais diversificadas injúrias – chama à sua ex-mulher “mulher mais nojenta”, “grande puta”, “puta maldita”, informa-a que “fugiu-te a boca para a verdade” e quando ela chama a polícia, brinca encontrando uma rima trivial para “112”, dizendo “um, um, dois – aperta-me os colhões”. Marius Vizireanu é a personagem emblemática da segunda fase da carreira de Radu Jude não só porque se encontra entre estes dois extremos comportamentais, mas também porque na maioria dos casos os combina resultando em manifestações ecléticas. Desta maneira, o personagem tem a tendência para fazer referências culturais mesmo quando está nervoso – enquanto bate em Aurel, o namorado da ex- mulher, pede-lhe para “acabar com esta maldita fantochada Potemkiniana” [n.t. a partir da lenda de que o ministro russo Grigori Potemkin teria construído cidades cenográficas para enganar a imperatriz Catarina, durante uma visita da monarca à Crimeia]; muitas vezes fala com a mulher em latim, a língua dos cientistas; algumas vezes recita poemas adaptados ao respectivo momento sempre em tom de gozo, por exemplo quando cita um soneto de Voiculescu, distorcendo-o um pouco (como tinha feito também com o haiku), “Queimarmos o passado por medo e orgulho...” [n.t. o verso original era “Queimarmos o passado por medo e vergonha”]. Além disso, o seu comportamento é contraditório, sendo capaz de passar com facilidade da agressividade à ternura, como acontece na sequência mais cómica do filme, quando faz declarações de amor à sua ex-mulher ou quando repetidamente rebenta e depois acalma, durante todo o percurso da narração. Escusado será mencionar o final, no qual o sagrado está presente no plano quotidiano, através da réplica dita pelo porteiro da farmácia onde o protagonista tinha sido enfaixado, “Lázaro, levanta-te e anda!”

A verve, a bufonaria e o espectáculo derisório da vida humana são os pontos-chave dos filmes realizados por Radu Jude entre 2009 e 2013. Todavia, começando com *Shadow of a Cloud* e acentuando-se com *It Can Pass through the Wall* – mesmo que certas temáticas continuem a preocupar o cineasta, como já foi apresentado – pode observar-se um leve afastamento da zona de farsa explícita e uma maior reserva na expressão do ridículo. A nova longa metragem, *Aferim!*, ainda não finalizada, que tive a oportunidade de ver numa versão de montagem, promete abrir a terceira fase da carreira do realizador, mais marcada pelas pesquisas formais e sociais no passado da Roménia. De momento, só podemos prometer que continuaremos a análise depois da sua estreia.

(artigo incluído num volume colectivo dedicado ao Novo Cinema Romeno coordenado por Andrei Gorzo e Andrei Terian)

## **Anexo XIX - Entrevista a Mafalda Melo**

Q- Como é que é feita a promoção de um evento como a Festa do Cinema Romeno?

R- A promoção de um evento como a Festa do Cinema Romeno arranca no momento em que se fecha o desenho da programação, com a produção de materiais de comunicação: a imagem do evento, o site, os textos produzidos especificamente para o efeito (não só as sinopses dos filmes mas também os textos de análise sobre as retrospectivas/focos apresentados) e todos os materiais físicos, por assim dizer, como os desdobráveis, as folhas de sala, os posters e os mupis. A estratégia de promoção do evento é previamente planeada e colocada em prática por fases. Numa primeira fase (sensivelmente dois meses antes do evento) foram anunciadas as datas e o local da Festa do Cinema Romeno - 19 a 23 de Novembro de 2014 – e alimentado o site <http://festadocinemaromeno.tumblr.com/> com textos, imagens e calendário de sessões. O contacto com a imprensa teve início sensivelmente um mês e meio antes do início da mostra, depois de recebidas as confirmações dos convidados que vieram a Lisboa representar os seus filmes. É importante mostrar os filmes à imprensa em antecipação, dando hipótese aos críticos/jornalistas de se prepararem para a cobertura do evento e possíveis entrevistas. A promoção do evento passa também pelas diversas campanhas de comunicação, geradas a vários níveis e lançadas de acordo com o calendário dos meios e com o desenho da própria campanha.

- Mupis e cartazes na rede MOP, JCDecaux, Metropolitano de Lisboa e CML
- Anúncios no Público, Time Out e Agenda Cultural
- Inserção de spot televisivo no Canal 180 e Canal Q
- Inserção de spot de rádio na Rádio Radar
- Colocação de telão na entrada principal da Culturgest
- Colocação de outdoor na Avenida 5 de Outubro

A promoção (digital ou de suporte físico) foi feita pela equipa da IndieLisboa - Associação Cultural em consonância com a instituição que acolheu o evento, a Culturgest, e a instituição que o promoveu, o Instituto Cultural Romeno.

Q- Que papel têm as redes sociais e o contacto directo com o público-alvo na promoção de um ciclo deste género?

R- As redes sociais têm tido um papel cada vez mais importante na divulgação de eventos ligados ao cinema, e assim foi no caso da Festa do Cinema Romeno. Aproveitando o amplo espectro de seguidores (e, conseqüentemente, o reach inerente ao mesmo) da página de facebook do festival IndieLisboa, o evento foi comunicado nesta plataforma, tirando partido do público-alvo que já segue o festival e que acreditamos ser em parte comum ao público interessado neste tipo de eventos. Sentimos que os espectadores que compram os bilhetes por impulso - conforme o tempo livre que pretendem despende - procuram informação (ou essa informação chega-lhes espontaneamente) através do facebook, a rede social mais rápida e directa. Acreditamos que a informação disponibilizada no facebook, twitter e instagram tem de ser rápida e simples, além de apelativa. Tem de convencer quem a lê/vê a querer descobrir (ou visitar) um trabalho que achamos interessante. É, portanto, extremamente importante ter uma estratégia de comunicação que contemple as redes sociais, espaçada e com respiração, de forma a não correr o risco de ser considerada spam. No caso do Instagram a veiculação de informação é reduzida a uma imagem e muito pouco texto, logo a linguagem tem de contemplar essa especificidade, ou será ignorada.

Q- No teu contacto com os *media*, que importância tem o material disponibilizado pelo gabinete de imprensa? Sentes que o material que disponibilizas influencia a forma como a imprensa vai abordar o evento que estejas a promover?

R-Sem dúvida. Embora os jornais no formato em que os conhecemos tendam a desaparecer, há ainda um elevado grau de importância atribuído pelos leitores aos artigos publicados pelos jornais de referência, como o Público ou o Expresso. E é preciso não esquecer que certos tipos de público tendem a preferir um certo jornal ou revista em detrimento dos outros, daí a importância de tentar chegar ao máximo de meios de comunicação possível. No caso dos meios de comunicação online não existe tanto a pressão do tempo, da antecedência, mas penso que é importante disponibilizar a mesma informação e materiais a todos os meios de comunicação, independentemente do seu suporte. Creio que a acção do/a assessor/a de imprensa de um evento tem uma repercussão directa na cobertura do mesmo. Com a quantidade de informação que os críticos/jornalistas de cultura recebem diariamente - existem

projectões de imprensa todos os dias, várias estreias por semana, e um festival ou mais por mês, para mencionar apenas actividades relacionadas directamente com cinema - se a informação não lhes chegar de forma completa e atempadamente, não será possível incluir a cobertura no planeamento dos meios de comunicação, que é feito com alguma antecedência. Claro que o material com o qual trabalhamos faz ou não a diferença: refiro-me aos filmes. É mais fácil interessar alguém pelo que estamos a fazer quando realmente acreditamos no poder do objecto. E para mim é muito fácil falar com genuína (passo a imodéstia) paixão dos filmes.

Q- Como é que vê o jornalismo cultural que é praticado em Portugal actualmente?

R- Mal. Vejo-o macilento, reduzido a um número muito magro de pessoas que têm condições para fazer o seu trabalho com gosto, prazer, com espaço. Vivemos numa ditadura comercial, o que vende não é necessariamente o que realmente importa. Aproveito para chamar a atenção para a “nova geração” de críticos - nacional e internacional - que encontrou na internet espaço infinito para se expressar. É preciso filtrar o fluxo, como em tudo o resto, mas encontramos gente a escrever de forma criativa, inteligente e invulgar.

Q- Numa altura em que o jornalismo cultural muitas vezes está focado na divulgação e não no debate de ideias, que papel tem o crítico de artes, neste caso de cinema, actualmente?

R- Creio que se tende a confundir os papéis - o jornalista e o crítico - e há uma clara distinção entre as duas figuras. A divulgação das actividades culturais cabe aos dois, obviamente, mas a gestão de expectativas deve ser diferente de quem recebe a informação. Do jornalista esperamos receber um ângulo e ponto de partida interessantes, uma investigação cuidada, descobertas (enfim, esta questão depende das expectativas e prioridades de cada um). Do crítico esperamos receber uma quantidade relevante de informação sob a forma de opinião, que estará ou não alinhada com a que iremos produzir sobre o mesmo objecto. O papel do crítico de cinema (pelo menos numa versão mais ou menos tradicional, quase nostálgica) mudou bastante, acho, dada a crescente democratização da informação e do acesso às plataformas de comunicação, inversamente proporcional ao espaço atribuído à crítica nos jornais e revistas portuguesas. O debate de ideias é importante e faz todo o sentido mas para que exista basta que as pessoas estejam informadas sobre o que está acontecer, o que podem

escolher ver, de preferência por alguém competente que consiga despertar interesse num determinado assunto. A validação de uma opinião de um crítico é uma questão muito pessoal.



Anexo XX- Notícia Jornal I

Romeno. E o ano em que o Steaua ganhou a taça ao Barça?

IndieLisboa e com o Instituto Cultural Romeno. Dos consagrados Cristian Mungiu e Cristi Pui a promessas como Adrian Sitaru e Paul Negoescu, há ainda espaço para uma retrospectiva integral da obra do realizador Radu Jude

BARBARA MARENHO barbara.marenho@jornal.pt



"DOMESTIC"

Muitas vezes os animais de estimação tornam-se o primeiro contacto que as crianças têm com a perda. São também um tudo-nada bizarro, tal como as mais variadas formas em que podem desaparecer das nossas vidas. "Domestic" descobriu questões fundamentais com recurso ao absurdo da existência, como um puzzle mágico que só conseguimos montar depois de receber a última peça. Adrian Sitaru, um dos mais singulares cineastas do Novo Cinema Romeno, marca presença nesta edição, onde conversará com o público após a exibição do filme.

Hoje, às 21h30



"AFTER THE REVOLUTION"

Laurențiu Ciocă, que marca presença no festival, pegou na câmara de filmar e foi para as ruas de Bucareste atrás da revolução em 1989. O resultado está neste filme: a população a discutir o futuro da Roménia. Não há outro documento sobre este marco da história que consiga chegar tão perto das caras, dos sentimentos e do coração da revolução.

Amanhã, às 18h45



"EVERYBODY IN OUR FAMILY"

A família não necessita de histórias, precisa apenas de ser observada, como faz Radu Jude. O que poderia ser um início de férias feliz transforma-se num terrível pesadelo para um pai que só quer estar com a filha, de quem vive separado por força do divórcio. Radu Jude mostra a sua mais recente longa-metragem, realizada em 2012.

Sexta-feira, às 21h30



"RAINBOW BALLOONS"

A fábrica vende pregos torcidos, a mulher do presidente da cooperativa agrícola desaparece do lado do marido. Estamos numa aldeia romena dos anos 80. Toda a população quer fazer festinhas ao gato e ninguém sai sem um amanhão. O filme de Ioșif Demian foi realizado em 1992 e faz parte da edição deste ano.

Sábado, às 21h30



"ADALBERT'S DREAM"

Na televisão o mais importante evento futebolístico romeno de sempre é o assunto sobre o qual Julian Ploscaru conversa com a mulher, a amante e o patrio. Refere-se à famosa vitória do Steaua de Bucareste contra o Barcelona na final da Taça dos Campeões em 1986. Em fundo, as condições de trabalho no fim da era Ceausescu, num filme amador de Gabriel Achim.

Domingo, às 18h45

Perfil



Radu Jude

Radu Jude, que tem direito a retrospectiva integral, é a âncora do ciclo que começa hoje e se prolonga até domingo, contando no arranque com "Art" e "Domestic", dois filmes de Adrian Sitaru, que estará presente para a abertura (as restantes sessões serão seguidas de sessões moderadas pelo crítico e curador do ciclo, Andrei Ruse). A retrospectiva dedicada a Jude, nascido há 37 anos em Bucareste, inclui várias curtas e longas-metragens, com presença habitual no circuito dos festivais. "It Can Pass Through the Wall", "The Tube with a Hat", "Alexandra" e "In the Morning" são as curtas exibidas durante esta edição.

Quanto às longas-metragens, o realizador romeno mostra-nos "Everybody in Our Family", "A Film for Friends" e "The Happiest Girl in the World". É no realismo, puro ou manipulado, e na sua cuidadosa análise que o Novo Cinema Romeno encontra a sua maior força. Este poder atravessa toda a obra de Radu Jude, como demonstra a sua mais recente curta-metragem, "It Can Pass Through the Wall", estreada em Cannes e apresentada este ano, na 22.ª edição do Festival de Curtas de Vila do Conde, filmado em plano sequência, que nos remete imediatamente para a infância.

## Anexo XXI - Notícia do Expresso

CISION

ID: 56649344

Expresso

15-11-2014 | Atual

Tiragem: 97300

País: Portugal

Períod.: Semanal

Âmbito: Informação Geral

Pág: 28

Cores: Cor

Área: 5,15 x 27,26 cm²

Corte: 1 de 1



### FESTA DO CINEMA ROMENO

Culturgest.

de quarta-feira até domingo, dia 23

**SESSÕES ESPECIAIS** Seis anos depois da criteriosa retrospectiva dedicada ao novo cinema romeno, que nesse ano de 2008 mostrou em Portugal os primeiros filmes de Cristi Puiu, Cristian Mungiu, Adrian Sitaru ou Corneliu Porumbou, o IndieLisboa propôs-se voltar à carga e programou uma continuação daquele ciclo, numa mostra que a Culturgest vai acolher. Já por mais de uma vez se salientou como o cinema romeno renasceu das cinzas desde o final dos anos 90 (uma década depois do fim do comunismo no país e da queda de Ceausescu), através de um movimento de cineastas muito jovens que acabavam de concluir os seus estudos e que, tal como o Indie referia em 2008, "recolocaram o cinema romeno no mapa". Surpreendidos com a nova vaga, os festivais não tardaram a gerar um embaraçoso elo geracional em torno destes cineastas, embora o futuro tenha provado que a única coisa que os une talvez seja, apenas, a escassez económica das produções. O Indie aproveita para complementar o trabalho anterior, retrospectivando o trabalho de Radu Jude, cineasta menos divulgado que os acima citados. E talvez isto esteja relacionado com o facto de Jude (nascido em 1977), também ele à procura do sarcasmo e de um sentido de ironia muito próprios do país, se afastar consideravelmente da composição rigorosa dos seus pares, preferindo apostar em crónicas no quotidiano e em famílias disfuncionais da Roménia atual, tal como a que é vista em "Everybody in Our Family" (na foto), longa-metragem de 2012 revelada pela secção Fórum do Festival de Berlim. A mostra arranca na quarta-feira com a curta "Art" e a longa "Domestic", ambos de Adrian Sitaru.

**Francisco Ferreira**

(mais informações em [www.indielisboa.com](http://www.indielisboa.com))



Página 27

## Anexo XXII - Notícia do Público

 ID: 56630776	 14-11-2014   Ípsilon	Tiragem: 34943 País: Portugal Período: Semanal Âmbito: Informação Geral	Pág: 4 Cores: Cor Área: 25,70 x 5,58 cm² Corte: 1 de 1	
<h3>O outro novo cinema romeno na Culturgest</h3> <p>Com todas as "festas" dos cinemas nacionais que se têm multiplicado ao longo dos últimos anos, chega agora a vez da Festa do Cinema Romeno que o Pequeno Auditório da Culturgest recebe de 19 a 23 de Novembro. Mas este programa organizado pelo IndieLisboa com o</p>	 <p><b>Everybody in Our Family, a última longa de Radu Jude</b></p> <p>Instituto Cultural Romeno e programado com a ajuda do crítico de cinema local Andrei Rus (que estará em Lisboa para apresentar o ciclo) é mais ambicioso e mais</p>	<p>interessante do que a designação dá a entender. A Festa do Cinema Romeno não se propõe como "retrospectiva" dos cineastas com nome firmado (como Cristi Puiu, Corneliu Porumboiu ou Cristian Mungiu) que colocaram a Roménia na primeira linha dos cinemas europeus contemporâneos, nem é uma "montra" da produção local recente (os filmes mostrados abrangem os últimos quatro anos), nem recorre a obras já adquiridas para exibição. Trata-se, em vez disso, de assestar holofotes em</p>	<p>cineastas menos reconhecidos ou mais jovens. À cabeça vem Adrian Sitaru, cuja curta <i>The Gaze</i> venceu o Curtas Vila do Conde em 2010: o cineasta virá a Lisboa apresentar a sua terceira longa, <i>Domestic</i>, e a curta <i>Art</i>, que esteve a concurso este ano em Veneza. Mas falar-se-á também de Paul Negoescu, Tudor Giongiu ou Gabriel Achim. Presente entre nós estará o realizador Laurentiu Calciu, para mostrar o seu documentário <i>After the Revolution</i>, sobre as sequelas da deposição de</p>	<p>Ceausescu. A "âncora" da Festa será a retrospectiva integral da obra do satirista selvagem que é Radu Jude, cujas duas excelentes longas-metragens, <i>The Happiest Girl in the World</i> (2009) e <i>Everybody in Our Family</i> (2012), foram previamente apresentadas no Indie mas nunca chegaram às nossas salas – ambas serão vistas na Culturgest, a par de várias das suas curtas (a mais recente das quais, <i>It Can Pass Through the Wall</i>, foi também vista em Vila do Conde).</p>